

Limitaciones contables en el reconocimiento, medición y revelación de intangibles en la información financiera de empresas productoras de cine en Colombia. Caso de estudio.

Liz Mayer Tovar Manrique

Facultad de Ciencias Económicas
Maestría en Contabilidad y Finanzas
Bogotá D.C., 2019

Limitaciones contables en el reconocimiento, medición y revelación de intangibles en la información financiera de empresas productoras de cine en Colombia. Caso de estudio.

Liz Mayer Tovar Manrique

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magíster en Contabilidad y finanzas

Directora:

Ruth Alejandra Patiño Jacinto

Docente Asistente

Línea de profundización: Contabilidad

Facultad de Ciencias Económicas
Maestría en Contabilidad y Finanzas

Tabla de contenido

Resumen	8
Abstract.....	9
1. Introducción	11
2. Diseño metodológico	14
2.1 Tipo de investigación.....	14
2.2 Estudio de caso	16
2.3 Procedimiento de investigación	17
2.4 Descripción compañía caso de estudio.	19
3. Aproximación a la industria cinematográfica.....	20
3.1 La economía naranja en Colombia	20
3.2 Acerca del negocio del cine	25
3.3 Fases de creación de un largometraje.	29
3.4 Ventanas de exhibición de una película.....	30
3.5 Protección de la obra audiovisual en Colombia	31
4. Marco teórico: Activo Intangible definición, regulación, características y limitaciones.....	35
4.1 Aproximación al término activo intangible	35
4.2 Características y clases de intangibles	39

4.3	Aproximación al concepto de activo de acuerdo con el marco internacional IASB. 41	
4.4	Regulación contable.....	43
4.5	Limitaciones en el reconocimiento del activo intangible.	52
4.5.1	Limitaciones en la etapa de investigación y desarrollo	54
4.6	Limitaciones en la medición de un activo intangible	56
4.6.1	Medición inicial y posterior para los productos intangibles.....	57
4.6.2	Limitaciones para determinar la vida útil y el deterioro de un intangible	61
4.7	Limitaciones para revelar un activo intangible.....	64
4.8	¿Las películas pueden ser catalogadas como activos intangibles según el marco regulatorio IASB?.....	66
	5. Caso de estudio	68
5.1	Análisis de resultados	68
5.2	Reconocimiento del activo intangible bajo modelo IASB	69
5.3	Etapas de investigación y desarrollo	72
5.4	Beneficios económicos	75
5.5	Medición inicial y posterior.....	77
5.6	Vida útil y deterioro.....	78
5.7	Revelaciones	80
5.8	Limitaciones al no capitalizar los gastos en que incurre la creación de una película. 81	
5.9	Limitaciones al no reconocer elementos intangibles del producto cinematográfico.	83
5.10	Alternativas ante las limitaciones identificadas.....	84

6. Conclusiones..... 87

7. Bibliografía..... 91

Listado de Tablas

Tabla 1 Clasificación Grupos NIIF.....	47
Tabla 2 Costos Distribuidos por etapas de producción.....	73
Tabla 3 Comparación entre obras cinematográficas del caso de estudio.....	76
Tabla 4 Comparación notas a los estados financieros años 2015-2016 e información a revelar según la sección 13 NIIF para Pymes.....	81

Listado de Figuras

Figura No. 1 Procedimiento de investigación.....	18
Figura No. 2 Ciclo económico en la economía naranja.....	23
Figura No. 3 Taquilla por exhibidor 2017.....	28
Figura No. 4 Taquillas de películas colombianas (primer semestre 2010-2018)...	28
Figura No. 5 Pautas para el reconocimiento de activos intangibles.....	54
Figura No. 6 Medición de un activo intangible.....	59

Limitaciones contables en el reconocimiento, medición y revelación de intangibles en la información financiera de empresas productoras de cine en Colombia. Caso de estudio.

Accounting limitations in the recognition, measurement and revelation of intangibles assets in the financial information of film producing companies in Colombia. Case study.

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo identificar las limitaciones que tienen las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) para la industria cinematográfica colombiana. Los IFRS son el conjunto de estándares internacionales de contabilidad promulgadas por el International Accounting Standards Board (IASB en adelante), este modelo rige en Colombia desde la emisión de la Ley 1314 de 2009, este se define como un cuerpo básico de normas contables dirigidas a empresas que pueden ser de tres tipos diferentes: Grupo 1. los emisores de valores, entidades de interés público (empresas de tamaño grande clasificadas de esta manera que cumplen con una serie de requisitos adicionales según el Decreto 2784 de 2012); Grupo 2. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que no sean emisores de valores ni entidades de interés público de acuerdo con lo definido en el Decreto 3022 de 2013; Grupo 3. microempresas y personas naturales o jurídicas el cual se encuentra regulado por el Decreto 2706 de 2012, para microempresa.

Este trabajo ocupa el análisis del marco de regulación contable alusivo a activos intangibles, tomando como referencia lo más importante de todas las versiones de normatividad emitida por el IASB en los criterios de reconocimiento, medición, como revelación de la información financiera de la industria del cine en el país. Para a ello se parte de una metodología inductiva que emplea un caso de estudio de una industria productora de cine perteneciente al grupo 2 en Colombia, en el que se exponen las etapas de un proyecto cinematográfico, y los limitantes contables que los valores que se invierten en éstos tienen para su reconocimiento, medición

y revelación en los estados financieros. A partir de la identificación de estas limitaciones se busca analizar las concepciones teóricas del modelo contable IASB, tanto en IFRS plenas y IFRS para Pymes.

Con lo anterior, se realizará una discusión en torno al tratamiento contable de intangibles los cuales son relevantes en términos del valor en esta clase de industria que vive su mejor momento desde la creación de la Ley de Cine en el país. Esto desde un enfoque teórico y práctico, enlazado con las temáticas de regulación contable vigente en Colombia y la práctica contable.

Palabras claves: Activos intangibles, industria del cine, Normas Internacionales de Información Financiera, reconocimiento, medición, revelación.

Abstract

The purpose of this paper is to identify the limitations of the International Financial Reporting Standards (IFRS) for the Colombian film industry. IFRS are the set of international accounting standards promulgated by the International Accounting Standards Board (IASB onwards), this model is in force in Colombia since the issuance of Law 1314 of 2009, this is defined as a basic body of accounting standards aimed at companies that can be of three different types: Group 1. securities issuers, public interest entities (large-sized companies classified in this way that meet a series of additional requirements according to Decree 2784 of 2012); Group 2. Small and medium-sized enterprises (SMEs) that are not securities issuers or public interest entities as defined in Decree 3022 of 2013; Group 3. Microenterprises and natural or legal persons which is regulated by Decree 2706 of 2012, for microenterprises.

This work occupies the analysis of the accounting regulation framework alluding to intangible assets, taking as reference the most important of all the regulations issued by the IASB in the criteria of recognition, measurement, as disclosure of the financial information

of the film industry in the country. For this, it is based on an inductive methodology that uses a case study of a film production industry belonging to group 2 in Colombia, in which the stages of a film project are exposed, and the accounting limitations that the values that are invested These are for recognition, measurement and disclosure in the financial statements. Based on the identification of these limitations, the theoretical conceptions of the IASB accounting model are analyzed, both in full IFRS and IFRS for SMEs.

With the above, there will be a discussion about the accounting treatment of intangibles which are relevant in terms of the value in this kind of industry that lives its best moment since the creation of the Law of Cinema in the country. This from a theoretical and practical approach, linked to the issues of accounting regulation in force in Colombia and accounting practice.

Keywords: Intangible assets, film industry, International Financial Reporting Standards, recognition, measurement, revelations.

1. Introducción

“La creatividad no es ninguna novedad y lo mismo cabe decir de la economía; lo que es nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre una y otra y de qué forma se combinan para generar una riqueza y un valor extraordinario”.

(Howkins, *The Creative Economy*, 2001)

En las últimas décadas, la inversión en intangibles a nivel mundial ha tomado mayor relevancia pues existe un cambio en la estructura de la inversión (López, 2016), que se expresa en la transición de la economía industrial hacia una nueva economía basada en la producción de ideas y conocimiento. En esta nueva economía creativa, los activos intangibles se presentan como la principal fuente de creación de valor.

La economía naranja es uno de los términos con los que se conoce a la economía creativa y cultural, en la cual el talento y la creatividad son los principales insumos y recursos para impulsarla. Entre las industrias asociadas a esta economía se encuentran las actividades de apoyo creativo, el diseño, nuevos medios de comunicación, tecnologías de la información y la comunicación, software, artes y patrimonio (Finlev, Maguire, Oppenheim, & Skvirsky, 2017)

La economía naranja está compuesta por: i) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y, ii) las áreas de soporte para la creatividad (Buitrago & Duque, 2013). Este trabajo se centra en la economía cultural, particularmente en la industria del cine. El tema es importante porque Colombia pasa por los mejores momentos de la historia del cine nacional. Actualmente, el sector cuenta con recursos propios para el fomento de la producción cinematográfica y esto hace que la producción de cine en el país tenga un escenario promisorio. (Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, 2017)

Realizar una película no es tarea fácil, ya que requiere de varias etapas para su producción, que van desde la creación, investigación y desarrollo de contenido hasta la etapa de post producción, en donde se selecciona y edita el material que va a ser exhibido. Y es aún más difícil identificar, reconocer y revelar toda esta riqueza intangible en los estados financieros, los cuales están regulados con la Ley 1314 de 2009 y los Decretos Reglamentarios 2420 de 2015 y 2496 de 2015.

Las productoras cinematográficas son empresas que están obligadas a reportar su información financiera bajo el modelo contable NIIF. Y el reconocer un activo intangible en esta regulación es complejo para las empresas cinematográficas, esto es contradictorio porque el objetivo principal de la regulación, emitida por el IASB, de acuerdo a lo estipulado en la NIC 1, es: Suministrar información acerca de la situación financiera, el rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas (IFRS Foundation, 2015), por lo cual se esperaría que el modelo responda con las necesidades de los usuarios.

El objetivo general de esta investigación es establecer las limitaciones de reconocimiento, medición y revelación de las transacciones relacionadas con activos intangibles en los estados financieros de las empresas productoras de cine en Colombia. Para lograr esto, es necesario atender los objetivos específicos determinados para este trabajo: analizar las concepciones teóricas del modelo contable IASB, con énfasis en los diferentes criterios de reconocimiento, medición y revelación de activos intangibles; identificar las limitaciones en el reconocimiento y revelación de intangibles y particularmente para los referidos a la industria del cine desde la perspectiva contable y en el marco del modelo actual IASB y; proponer una discusión acerca de la forma de revelar el valor de los activos intangibles de empresas productoras en Colombia y sus implicaciones de acuerdo con las características que presenta este tipo de industria y sus productos.

El presente trabajo final de investigación se encuentra dividido en siete capítulos: el primero contiene un resumen y una introducción al tema del trabajo de investigación. En el capítulo segundo se plantea la metodología utilizada en esta investigación, que sirve como

preámbulo para el capítulo tercero, donde se desglosa qué es la economía naranja, se realiza un acercamiento a la industria del cine y se explican las diferentes etapas para la realización de una película y sus ventanas de exhibición; esto para dar a conocer el ciclo económico de estas compañías.

En el capítulo cuarto se señala el marco teórico y normativo contable para dar tratamiento a los activos intangibles en Colombia, en particular en las empresas productoras de cine, donde se dan las directrices en el proceso de convergencia de los principios y normas de contabilidad de aseguramiento e información financiera. En especial en el Decreto Reglamentario 2420 del 14 de diciembre de 2015, “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información y se dictan otras disposiciones”. En este capítulo también se define el término *activo intangible*, desde una perspectiva jurídico-contable del concepto, y sus clasificaciones.

En el capítulo quinto se presenta el análisis de datos de acuerdo con lo observado en el caso de estudio. Se describe la etapa de investigación y desarrollo, los beneficios económicos, la medición inicial y posterior en la creación de una película, así como su vida útil y deterioro, y desde estos se documenta las implicaciones y limitaciones que tiene la industria del cine para reconocer, medir y revelar los activos intangibles en su información financiera. Se finaliza el capítulo con una aproximación a las alternativas que pueden llegar a tratar las limitaciones planteadas.

En el capítulo sexto se exponen las conclusiones acerca del tratamiento contable de intangibles en esta clase de industria, ya que este tema se mantiene en continuo debate debido al interés de la comunidad contable por la incertidumbre fundamentada en la generación de ingresos. Para finalizar, se recogen las referencias bibliográficas que han servido de base para el desarrollo del presente trabajo.

Esta investigación pretende aportar al desarrollo del debate, a través de la descripción de un caso de estudio. Y así comprender que la contabilidad tradicional no cuenta con las herramientas para reconocer y medir satisfactoriamente las nuevas realidades de la industria

cultural. Además, contribuye a la comunidad académica, así como a pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a la producción cinematográfica, y a la comunidad en general involucrada en las actividades que componen la economía creativa o naranja, que tengan por objetivo entender y conocer el valor informativo de los estados financieros, los cuales tienen un impacto palpable en numerosos ámbitos de la actividad empresarial.

2. Diseño metodológico

2.1 Tipo de investigación

Este proyecto utiliza la metodología de investigación cualitativa de acuerdo a los lineamientos detallados dentro de la clasificación realizada por Hernández, Fernández, & Baptista (2010), manejando para este caso un estudio descriptivo, donde se identifica y describe los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno (Martínez, 2006). Este estudio de caso tiene como principio comprender y explicar un fenómeno a manera de ejemplo.

Este tipo de análisis cualitativo empieza con una consulta documental, luego realiza un estudio de los datos recolectados para concluir en una descripción detallada en estos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). También es necesario aclarar que la mayoría de los estudios cualitativos no tienen prueba hipotética, sino que va surgiendo dentro del proceso y, asimismo, se va perfeccionando de acuerdo con lo encontrado en los datos.

Las principales actividades de recolección y análisis de datos tienen como propósito:

1. Responder a la pregunta de investigación planteada ¿Cuáles son las limitaciones en el reconocimiento, medición y revelación de activos intangibles en la información financiera de empresas productoras de cine en Colombia?

2. A partir de este estudio, se toma la metodología planteada, con la reconstrucción de los hechos de la operación, y la configuración de una visión conceptual más comprensiva, de acuerdo con la naturaleza de los activos intangibles y la complejidad que estos involucran.

El estudio de caso tiene como principal característica el que aborda el estudio de su objeto de manera intensiva, destacándose también que se trata de un elemento específico. Existen tres perspectivas desde las cuales entender un estudio de caso, puede ser visto como un enfoque, como una estrategia o como una técnica de recolección de información. Es importante revisar brevemente en qué se caracteriza cada perspectiva para aclarar desde qué criterio se establece la presente investigación.

Como un enfoque, el estudio de caso se asume como una investigación que parte de un paradigma desde el cual entender el problema de estudio y cómo abordarlo; esto permite que el investigador adopte una o varias perspectivas epistemológicas para desarrollar su estudio y tener la mayor profundidad y comprensión sobre este. Como una estrategia, el estudio de caso puede llevarse a cabo como un estudio biográfico, una investigación acción o un método histórico, lo que lo orienta es la manera como el investigador considera que aborda de manera más efectiva el problema de investigación. Finalmente, como técnica de recolección de información, el estudio de caso se orienta por la elección de un caso que resulte apropiado y representativo de su estudio (Muñiz, 2010).

Tras esta presentación, se afirma que el presente estudio de caso sigue la perspectiva del estudio de caso como una técnica de recolección de información desde la cual llevar a cabo una investigación de tipo descriptivo, que permita profundizar en el problema planteado, recogiendo la mayor cantidad de datos y poder lograr una caracterización más profunda que hable de una realidad compleja.

En esta línea es importante enumerar las cualidades del estudio de caso, enunciados por Chetty (1996, citado por Martínez, 2006):

- “Es adecuada para investigar fenómenos en los que se busca dar respuesta a cómo y por qué ocurren.
- Permite estudiar un tema determinado.
- Es ideal para el estudio de temas de investigación en lo que las teorías existentes son inadecuadas.
- Permite estudiar los fenómenos desde múltiples perspectivas y no desde la influencia de una sola variable.
- Permite explorar en forma más profunda y obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno, lo cual permite la aparición de nuevas señales sobre los temas que emergen, y
- Juega un papel importante en la investigación, por lo que no debería ser utilizado meramente como la exploración inicial de un fenómeno determinado” (pág.175)

A la luz de los aspectos enumerados, resulta claro que el estudio de caso es una técnica que puede responder de manera adecuada a la problemática planteada. En primer lugar, porque a partir de la revisión de parte de la información financiera de la empresa elegida es posible entender cómo y por qué se pueden presentar limitaciones respecto al reconocimiento, medición y revelación de activos intangibles de una Pyme dedicada a la producción cinematográfica, más aún en el contexto de la implementación de la economía naranja. Así mismo, tanto el problema como el sector a estudiar no han sido suficientemente abordados, por lo que este estudio explora de manera directa al objeto para establecer datos fehacientes. Por este motivo, la técnica permite profundizar en el problema e identificar problemáticas emergentes y aproximarse a explicar fenómenos relacionados con este.

2.2 Estudio de caso

En tanto que la presente investigación busca identificar las limitaciones que se presentan entre las empresas del sector cinematográfico para llevar a cabo el reconocimiento, medición y revelación de activos intangibles en su información financiera, por este motivo, el tipo de caso que se estudia una productora cinematográfica colombiana elegida que

representa a un grupo en común, de manera que se obtenga información que pueda llegar a ser homogénea o coherente en sus respuestas para otros casos similares (Muñiz, 2010).

2.3 Procedimiento de investigación

Al elaborar este estudio caso, se tiene en cuenta los siguientes pasos:

a. Revisión bibliográfica

Revisión bibliográfica de las categorías a tratar: Activos intangibles; reconocimiento, medición y valoración para presentación de información financiera; NIIF para Pymes; capitalización de producciones cinematográficas; regulación contable vigente en el país, manejo de los activos intangibles en la economía naranja; industria del cine en Colombia entre 2005-2017.

b. Diseño del Estudio de Caso

Se realiza una estandarización en la orientación y un enfoque del caso, procesos de recolección y análisis de la información con el fin de conferir una mayor fiabilidad y validez al caso (Luna & Rodríguez, 2011). Este trabajo tiene un proceso completo de inmersión en el contexto para entender cuáles son los factores del problema de investigación.

c. Recopilación de la información

Para la investigación propuesta, se recurre a la observación y al análisis documental, como medio de exploración y de indagación, con el propósito de encontrar algunas orientaciones (Cerda, 1995). En este trabajo se recolecta, observa y analiza la información financiera de la productora cinematográfica elegida y además los resultados de dos proyectos cinematográficos de la compañía caso de estudio, para así entender cuáles factores tienen valor agregado dentro de las explicaciones existentes.

d. Análisis de la información

Luego se realiza una revisión de la información financiera de la compañía respecto a las categorías de reconocimiento, medición y revelación.

e. Redacción del informe

Finalmente se realiza la redacción del informe, con descripciones detalladas, acuciosas, habitualmente intercaladas con párrafos de análisis más abstractos. Estas descripciones llegan a unos resultados bien estructurados y ordenados con tipologías descriptivas (Luna & Rodríguez, 2011).

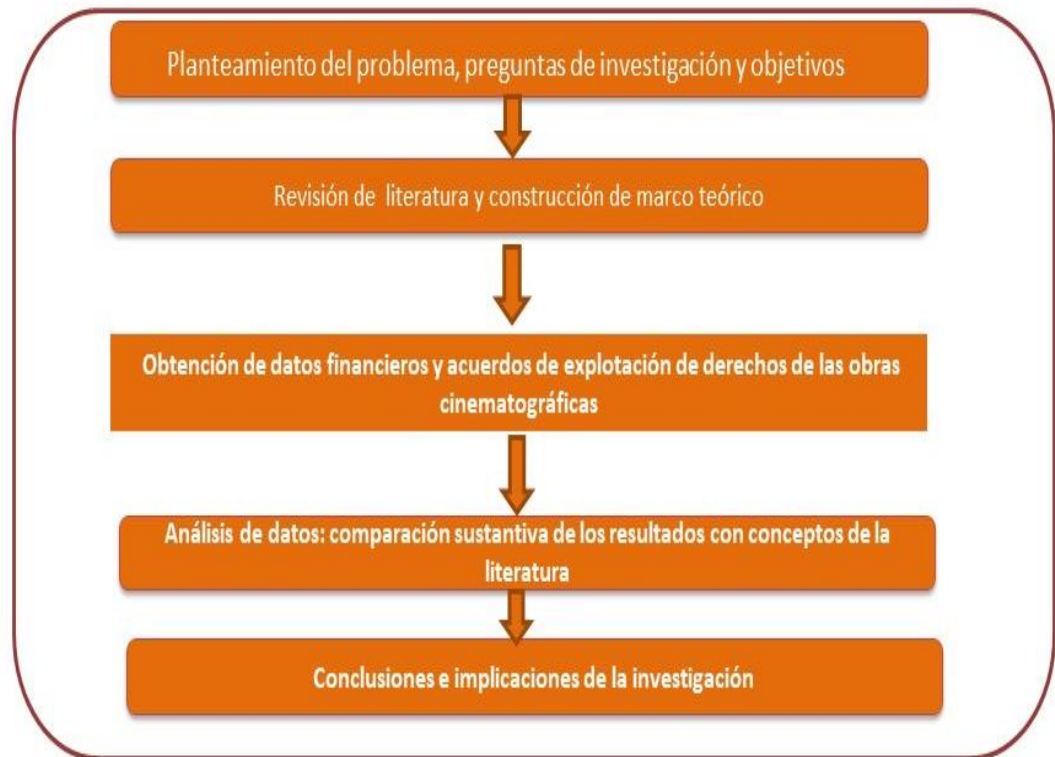


Figura No 1: Procedimiento de investigación
Fuente: Elaboración propia, basada en Shaw (1999).

2.4 Descripción compañía caso de estudio.

La compañía caso de estudio tiene una trayectoria de más de diez años de experiencia en el mercado nacional y en Latinoamérica. Los trabajos de esta productora de cine han recibido numerosos premios en festivales internacionales, tales como Cannes, Festival de Cine de Cartagena, Festival de New York, Fiap, Promax, Inti, entre otros.

Con base al Decreto 3022 de 2013 esta empresa presenta su información financiera de acuerdo con el marco normativo de NIIF para Pymes. Entre su producción cinematográfica la empresa ha realizado cerca de quince obras cinematográficas de las cuales se hace un análisis sobre la más y la menos exitosa.

En conclusión, con este estudio de caso como metodología de investigación del presente trabajo se pretende explorar, explicar y describir un fenómeno que puede aportar al debate. Es una estrategia o herramienta inductiva, que va de lo particular a lo general.

3. Aproximación a la industria cinematográfica

3.1 La economía naranja en Colombia

“Sin cultura, y la relativa libertad que implica, la sociedad, incluso cuando es perfecta, es una jungla. Por ello, toda creación auténtica es un regalo para el futuro”

Albert Camus

Se le otorga la definición inicial y planteamiento general sobre lo que es la economía naranja a John Howkins, para quien integra diferentes sectores en los que el valor del producto o servicio se encuentra en la propiedad intelectual. De acuerdo con esto, disciplinas como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, la artesanía, cine, diseño, editorial, juegos y juguetes, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos (Buitrago & Duque, 2013).

La razón por la que es denominada economía naranja es porque Frank Sinatra, cantante y actor estadounidense que fue una de las principales figuras de la música popular del siglo XX, decía que el naranja es el “color más feliz”. El color naranja se suele asociar con la cultura, la identidad y la creatividad. Este color es asociado, en los países occidentales, con el entretenimiento y la extroversión. Algunas filosofías y religiones, como el confucianismo, relacionan el naranja con la transformación. Fue el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) la entidad que ‘pintó’ de naranja al valor agregado que generan las industrias y empresas culturales. Es decir que es que este color permite asociar la economía con la cultura (Buitrago & Duque, 2013).

En el año 2005, según cálculos de Howkins (2001), especialista en el tema de las industrias creativas o culturales, estos sectores representaron el 6,1 % de la economía global. Algunas valoraciones más recientes, elaboradas por el Banco Mundial señalan que la economía naranja, para 2011, obtuvo 4,3 billones de dólares. Esta cifra se acerca al 100 % de la economía de Alemania (Buitrago & Duque, 2013).

En la medida que estas disciplinas se han fortalecido en el contexto global y se vinculan cada día más con las tradiciones de trabajo cultural e industrial, aprovechando el poder de la tecnología digital, los organismos internacionales se han fijado en ella y han construido bases conceptuales y diseñado estrategias por medio de las cuales plantear nuevas formas de desarrollo económico y social. En este sentido, tal como lo afirma Newbiggin (2010), la pretensión de la economía creativa o –más recientemente llamada– naranja, es el de fusionar valores económicos y valores culturales.

La economía creativa resalta, entonces, un nuevo valor dentro del paradigma económico moderno, ya que aunque tenga valor de cambio, también tiene valor que se diferencia con este y el valor funcional, porque no tiene que ver con costos productivos o de utilidad, sino que se relaciona específicamente con la construcción de símbolos culturales en las sociedades y que se puede encontrar en los objetos de diseño, en las películas o en un ícono religioso (Newbiggin, 2010). El valor expresivo, entonces, estaría más cercano al valor cultural de los bienes, sobre el cual se ha conceptualizado y del que se puede decir que, en el caso de los consumidores de este tipo de bienes, atribuyen valor por diferentes motivos, funcional, decorativo, o educativo.

En esta línea de sentido, Throsby (2008) considera que existen 5 características de valor que se encuentran implícitas en los productos culturales: la estética (entendida como las propiedades que hacen al producto bello), espiritual (en tanto que determinados miembros de una agrupación le atribuyen una importancia cultural), social (porque permite comprender un contexto específico y establecer lazos de identidad de determinadas comunidades), histórico (porque puede ser el reflejo de determinadas grupos de individuos en un momento específico), y la autenticidad (porque se trata de una obra original y única).

Existen diferentes sistemas de clasificación para las industrias creativas en orden a distintos modelos: Modelo de Reino Unido, Modelo de textos simbólicos, Modelo de los círculos concéntricos y Modelo de la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). En cada uno de estos modelos, el cine hace presencia como una industria, que se distingue de otros núcleos, como el de las artes creativas. Según la clasificación de la

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2010), el cine hace parte de las industrias creativas audiovisuales.

La economía naranja, como cualquier otro grupo de actividades, participa de muchos y variados agentes (artistas conceptuales, músicos, escritores, actores, consumidores, emprendedores, inversionistas, galeristas, gestores, críticos, curadores, empresas, ministerios, agencias, fundaciones) donde cada uno de ellos cumple con una o varias funciones que interactúan dentro de un ecosistema muy dinámico. De esta forma se aborda de una manera más completa el proceso mediante el cual las ideas son generadas, transformadas en bienes y servicios, y apropiadas por parte de la sociedad a través de la inclusión de un componente transversal de gobernanza y derechos de propiedad intelectual (Congreso de Colombia, 2017).

A continuación se mostrará la figura del ciclo de la economía naranja con el fin de contextualizar esta investigación, y así lograr dar a conocer que el proceso de desarrollar intangibles en esta clase de economía es muy diferente a la producción de bienes manufacturados, porque toma tiempo, tiene un proceso creativo complejo y con resultados impredecibles; Además de ser un es un procedimiento riesgoso y volátil, en donde el talento hay que atraerlo, inspirarlo y nutrirlo, para que el producto final alcance el contacto entre las audiencias.

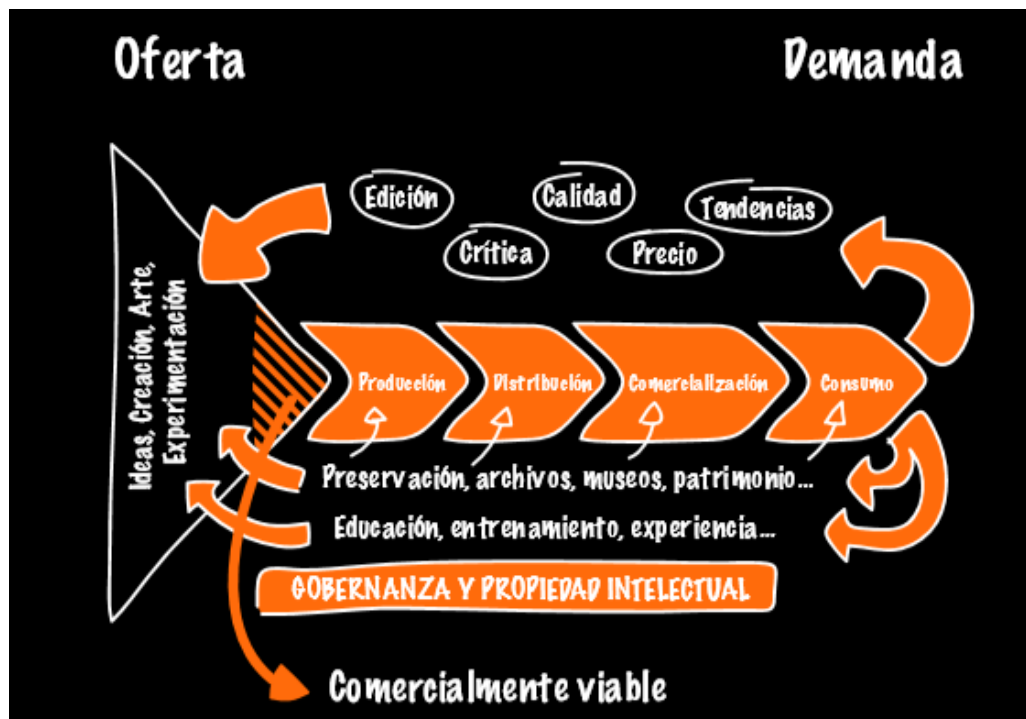


Figura No 2: Ciclo económico de la economía naranja. Fuente: Buitrago & Duque (2013, pág.154).

Las industrias creativas en Colombia han tenido un significativo impacto, el cual ha podido ser medido desde inicios del siglo XXI, con la implementación Cuenta Satélite de Cultura (CSC), este es un sistema de información económica que permite recoger de manera continua información sobre los bienes y servicios culturales y las actividades que los generan, para compararlas (Ministerio de Cultura, 2015). Según el informe publicado por la Cámara de Comercio de Bogotá (2010), la industria cultural y creativa ya en 2007 presentaba un importante crecimiento en tanto que pasó a representar un 1,79% del PIB cuando en el año 2000 representaba el 1,56%. Parte del crecimiento de este sector, según este informe, se adjudicaba al incremento de la producción cultural que, para el mismo periodo 2000-2007 pasó de ser \$5,6 billones de pesos a \$13,7 billones de pesos.

Escobar, Forero & Vargas (2017), con base en el informe de la CSC en Colombia, realizado para el periodo 2005-2014, indican que el sector audiovisual fue el que mayor crecimiento tuvo porque su producción aumentó más del 130% y su valor agregado llegó a más de 109%; también “el número de asistentes a cine creció más del doble –de 16 millones

a 41,4 millones de espectadores” (pág.32), entre otros datos que hablan de buen desempeño de todos los sectores analizados: audiovisual, creación literaria, publicaciones, artes escénicas, música, juguetería, formación artística y creación publicitaria.

Con base en este informe, el Ministerio de Cultura (2015) afirma que la cultura ha adquirido mayor relevancia como sector en tanto que:

aporta a la identidad, cohesión social y al fortalecimiento del tejido social y del patrimonio cultural del país [y es] un potencial generador del crecimiento económico. La participación del valor agregado de la cultura dentro de la economía nacional tuvo un comportamiento para el periodo de estudio del 1,5% en el año 2005 y del 1,6% para el 2012 (pág.127).

En Colombia la economía creativa ha hecho parte de diferentes propuestas de gobiernos desde 1999, cuando, junto con el Convenio Andrés Bello de integración Educativa, Científica, Tecnológica y Cultural (CAB), se estableció una medición económica para las actividades culturales, que dio como resultado la CSC, la cual es realizada con el apoyo del DANE. Los informes publicados a lo largo de la existencia de esta medición (2000-2007, 2005-2010, 2005-2012, 2005-2014) han mostrado crecimiento y buen posicionamiento que tienen las industrias culturales colombianas, siendo la audiovisual la que mayor cantidad de recursos económicos genera (Escobar, Forero & Vargas, 2017).

Actualmente la economía naranja –específicamente enunciada con este término-se encuentra muy en boga debido a que el gobierno recientemente electo ha anunciado a esta economía como uno de sus pilares de su proyecto de gobierno. En 2017 fue aprobada la Ley 1834 de 2017, llamada la Ley Naranja con la cual se crea un instrumento de articulación intra-gobierno: el Consejo Nacional de Economía Naranja, al que se le asignan las labores de actualización y formulación de una política integral de Economía Creativa, la ampliación de la medición económica de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de Economía Creativa, la ampliación de la medición económica de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de financiación y el fortalecimiento de las capacidades para los emprendimientos y empresas de este sector (MinCultura, 2018).

3.2 Acerca del negocio del cine

La industria cinematográfica es considerada una de las industrias que mejor ha sabido adaptarse a la revolución digital y al desarrollo acelerado de la tecnología. Por esto se ha convertido en uno de los negocios que mayores ganancias deja tanto a las grandes empresas como a las pequeñas. Esto se debe a que la sociedad actual subyace a una cultura en la que la imagen es predominante y las personas se convierten en consumidoras constantes de imágenes (Cabezón & Gómez, 1999).

El cine ha sido denominado como “el séptimo arte”. Caparrós (1994), afirma que "el arte de la cinematografía es un testimonio de la sociedad de su tiempo, hoy nadie lo duda. Es más, el filme es una fuente instrumental de la ciencia histórica, ya que refleja, mejor o peor, las mentalidades de los hombres de una determinada época" (pág. 17). En las colectividades de economía de libre empresa el cine también puede ser visto como un fabricante de mercancías, y como una industria que ofrece trabajo para miles de operarios, técnicos, medios, empleados, directores y actores.

La definición de negocio puede sintetizarse como la explotación de una actividad económica con la cual se pretende obtener algún beneficio. La industria del cine, como cualquier otra industria, abarca desde la concepción de la idea, la producción de la película hasta la comercialización de esta. Pero esta actividad económica tiene otra actividad adicional, que es importante en el desarrollo de esta, y es la distribución y exhibición, la cual es una fase decisiva en el desarrollo técnico y comercial de la economía cinematográfica (Dadek, 1962). Esta es la razón por la que las primeras etapas (concepción de la idea) tienen dificultad para ser reconocidas en los estados financieros. En el capítulo siguiente se amplía el tema de las limitaciones en el reconocimiento contable que tienen las empresas de cine en la creación y desarrollo de las obras cinematográficas (primeras etapas).

La película es producida por empresas o agentes productores que se encargan de su elaboración, desde el desarrollo de la idea hasta la obtención de los derechos cinematográficos, una vez creado el producto las empresas distribuidoras adquieren estos

derechos para su explotación. De esta forma, el ciclo comercial de la película tiene lugar alrededor de la figura transaccional en la cesión del copyright.

No hay receta o fórmula mágica para realizar un film exitoso (Kawin, 1992), sin embargo, lo que sí existe es un proceso básico para toda filmación que comprende las etapas de pre, pro y post producción. Aunque el proceso puede parecer simple, la producción de una película puede ser ardua y duradera porque en esta fase se encuentran una vasta gama de relaciones a través de las cuales se desenvuelve el cine, que van desde lo artístico hasta lo económico-técnico. La interacción de estas tres etapas resulta definitiva para el desarrollo comercial de la misma, aunque de estas no depende el éxito de la película, sino de las posibilidades de competir con su historia y el talento involucrado contra miles de películas en el mercado (Izquierdo Castillo, 2007).

Para hablar de las cifras económicas de esta industria en Colombia, es posible mencionar los datos del informe del Anuario estadístico del cine colombiano de 2017, el cual está estructurado para presentar los datos generados por el Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC). Este sistema fue creado por la Ley de Cine 814 de 2003 con el fin de contribuir en la política de fortalecimiento de política pública cinematográfica. Los datos del informe están presentados en cuatro categorías: Infraestructura (referente a las locaciones disponibles para ver cine), Exhibición (espectadores y taquilla generados por asistencia a salas de cine), Distribución y Producción (corresponde a datos históricos sobre producción, mecanismos de ley y estímulos que motivan a la producción).

En relación con la Infraestructura, en 2017 las salas de cine alcanzaron un crecimiento de 7.6% en relación con el año anterior, y en comparación con el 2009 alcanzó un crecimiento de 86%. En total se registraron 1.082 salas de cine en todo el país, 219 complejos cinematográficos y 193.982 sillas en salas de cine; este último dato representó un crecimiento de 7,4% respecto al año anterior. Se estima que el 59% de la población en el país tiene acceso a cine, siendo 29'007.767 de personas; las salas de cine se localizaron distribuidas en 64 municipios de 25 departamentos del país, lo que significa que el 5.7% de los municipios

cuenta con acceso a cine. Bogotá sigue siendo la ciudad que mayor cobertura de salas de cine tiene con un total de 297 pantallas, lo que representa un 27.4% del total de salas en el país.

Respecto a la Exhibición, el SIREC registró un total de 304 películas estrenadas, de las cuales 44 fueron películas nacionales; fueron 415 películas exhibidas en salas de cine. En relación con los espectadores, fueron 62'900.000 de espectadores, de los cuales 3,6 millones de ellos fueron de películas colombianas. El total de ingresos generados por taquilla fue de 456 mil millones, de los cuales 27 mil millones se obtuvieron por taquilla nacional. Para esta investigación resulta importante resaltar las cifras obtenidas respecto a la participación en la taquilla de los respectivos exhibidores dentro del mercado, en el que, tal como se puede ver en la **Figura # 3** Cine Colombia conserva el liderazgo con el 44%.

Finalmente, en relación con la producción, el informe citado indica que se registraron 46 proyectos con resolución de proyecto nacional, 146 proyectos con resolución de producto nacional, 172 certificaciones de inversión y/o donación y 42 proyectos beneficiados. En total el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico hizo un recaudo de 27,542 millones, y se recibieron 27,290 millones en inversiones y donaciones. Estas cifras permiten afirmar que el país vive uno de sus mejores momentos en relación con su industria cinematográfica cuyo crecimiento se debe a las diferentes herramientas que hay disponibles para que este sector cuente con sus propios recursos para fomentar la producción (MinCultura, 2017).

Sin embargo, en el más reciente informe de Proimágenes (2018), la taquilla para películas colombianas registra una caída del 57%, cuyo comportamiento se ha registrado desde el primer semestre de 2017, cuando tuvo una caída de cerca de 2.000 millones de pesos respecto al 2016-I. Así mismo, en relación con el recaudo aportado mediante la Cuota para el Desarrollo Cinematográfico (CDC), se presentó una disminución del 6,86% respecto al primer semestre de 2017, lo que equivale a \$898 millones de pesos menos.

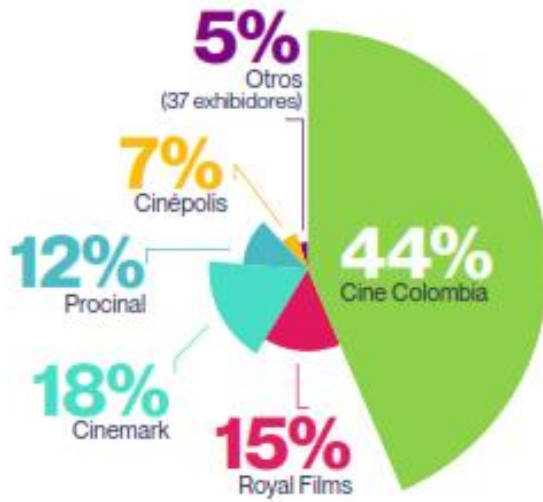


Figura No. 3: Taquilla por exhibidor 2017

Fuente: Proimágenes (2018)

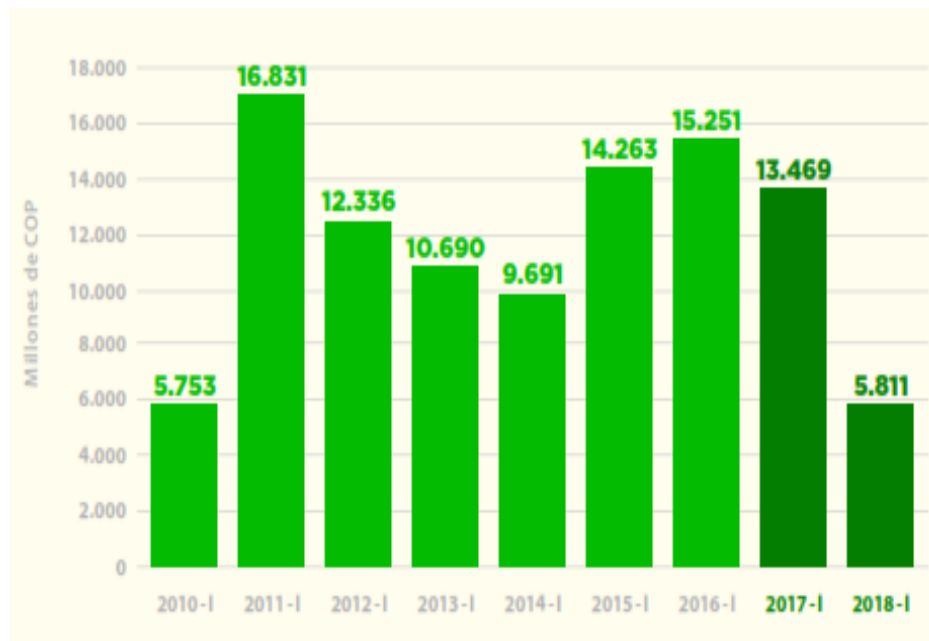


Figura No 4. Taquillas de películas colombianas (primer semestre 2010-2018).

Fuente: Proimágenes (2018)

3.3 Fases de creación de un largometraje.

El objetivo de dividir en fases de producción la realización de una película es poder potenciar y controlar a través de los contextos los elementos que integran la realización de esta. Las fases que supone la producción de un largometraje de acuerdo con Beceyro (2008) son:

Etapa de desarrollo: En esta etapa el proyecto se inicia trazando rasgos generales: Escoger el guion, encontrar financiación para la realización del proyecto, realizar un presupuesto acorde según la apreciación del director y el productor.

En esta etapa también se ve el mercadeo y logística, ya que a partir del primer guion el productor ejecutivo debe valorar los diferentes segmentos de público a quienes se dirige y debe intentar atraer el mayor grupo de espectadores.

Escoger los sitios del rodaje: por tanto, esta etapa incluye realizar el proceso de scouting (localización de probables los escenarios y personajes) para escoger qué plazas son mejores para rodar.

Preproducción: Una vez definido el guion y obtenida la financiación se procede a preparar los elementos necesarios para comenzar la filmación de la película, esto incluye elementos estrictamente materiales, pero también los recursos y servicios humanos necesarios. Se organiza la logística necesaria para el rodaje, se buscan las locaciones, se confeccionan los contratos, etc. En esta etapa se redacta el guion técnico de la película en el cual ya van a constar la cantidad de tomas y los movimientos de cámaras que se efectuaran durante el rodaje.

Producción: Da inicio al periodo de rodaje. Debe de estar todo preparado, escenografía, iluminación, audio, etc. El área de producción debe controlar la asignación de presupuesto fijado en la etapa de desarrollo. Se supone que un filme standard suele llegar al momento de filmación con un plan de rodaje muy minucioso en el que están ya previsto todas

las erogaciones de dinero necesarias para el pago del recurso humano y actividades involucradas en él.

Postproducción: En esta etapa se realiza la selección y el ordenamiento de los planos que se filmaron, una vez finalizado el proceso de selección, comienza el proceso de organización y edición de los planos finalmente seleccionados. A este proceso se suma el trabajo sobre la banda sonora (doblaje, ruidos adicionales, música), así también están involucrados los trabajos relacionados con soluciones digitales de efectos especiales y títulos.

3.4 Ventanas de exhibición de una película.

Se entiende por ventanas de exhibición aquellas a través de las cuales una película puede ser comercializada, lo cual es fuente de ingresos de las mismas, en las últimas décadas se producen una serie de modificaciones fruto de la evolución que afecta a cada una de las ventanas tradicionales e incluso crean nuevas plataformas a través de las cuales se presenta la película a su consumidor final (Izquierdo Castillo, 2007)

La explotación comercial de una película debe recorrer todas las ventanas de exhibición mediante un contrato de exhibición o explotación que el productor celebra con el distribuidor. Dicha distribución se realizará en diferentes canales o ventanas de distribución los cuales son:

- Sala de exhibición: en primer lugar, la película se estrena en una sala cinematográfica.
- DVD / VOD (Vídeo bajo demanda): alquiler y compra de DVD, y descargas y visionados (legales) en plataformas audiovisuales en internet.
- PPV (pago por visión en una cadena): pagar por ver una película en concreto en canales de televisión de pago.
- Televisión de pago.
- Televisión en abierto:
- Transaccional VOD / SVOD (suscripción vídeo bajo demanda).

- Exhibición en festivales de cine.

La importancia que tienen estas ventanas en la industria es que constituyen la vía de recuperación de la inversión económica; los ingresos que se generan en cada una de estas plataformas se destinan a engrosar la recaudación obtenida por película por tiempos indeterminados, ya que no se tiene certeza durante cuánto tiempo la obra cinematográfica dejara de ser exhibida.

3.5 Protección de la obra audiovisual en Colombia

En esta sección se desarrolla el tema referente a los derechos de autor, siendo estos de vital importancia pues representan el respaldo legal que tiene las productoras cinematográficas para explotar sus productos a lo largo del tiempo.

El concepto de “propiedad intelectual”, acogido por el artículo 61 de la Constitución Política, en concordancia con el artículo 2 numeral 8 del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, manifiesta que el Estado protegerá esta propiedad por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley (Constitución Política de Colombia, 1991).

De acuerdo con la Ley 23 de 1982 sobre los Derechos de Autor, la obra audiovisual se define como

toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, con destino a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y del sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga. Este concepto de obra audiovisual involucra a las obras cinematográficas, las producciones televisivas y, en general, a cualquier producción análoga a la cinematografía, la televisión o los videogramas (Congreso de Colombia, 1982).

Para efecto de los derechos de autor, sólo es productor audiovisual y con derechos patrimoniales de Autor, la persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la producción de la obra. En otras palabras, la persona que efectúa toda la contratación y adquisición de los diferentes aportes para que confluyan en su intelecto, a menos que se pacte algo en contrario en los contratos con los diferentes creadores y participantes en la elaboración de la obra audiovisual.

La legislación colombiana de Derecho de Autor consagra como autores de la obra audiovisual a los siguientes:

- a) El director o productor,
- b) El autor del guion o libreto cinematográfico,
- c) El autor de la música,
- d) El dibujante o dibujantes si se tratare de una producción de dibujos animados.

El derecho de autor contiene derechos morales y patrimoniales, estos son los que se tratan en esta investigación, y se definen como derechos de contenido eminentemente económico o patrimonial, en virtud de los cuales se le concede al autor en principio o a cualquier otro propietario de manera temporal, transferible y renunciante, la facultad exclusiva de autorizar o prohibir toda forma de explotación que de la obra se pueda realizar. Estos derechos son independientes entre sí y, en consecuencia, una forma de utilización de obra autorizada; estos derechos no se extienden a otras formas de utilización no convenidas previamente en el contrato inicial. En resumen, las principales características del derecho patrimonial son:

- a) Es un derecho exclusivo: Esto implica que sólo el autor o propietario pueden autorizar la utilización o explotación económica de una obra determinada, por cualquier medio o procedimiento
- b) Es un derecho transferible: Esto significa que el derecho patrimonial sobre una obra puede ser transmitido o cedido a un tercero (persona natural o jurídica), ya sea a título gratuito u oneroso, y de manera total o parcial.

- c) Es un derecho renunciable: A diferencia del derecho moral, el autor o propietario de una obra determinada puede renunciar a los Derechos Patrimoniales; esto tiene como consecuencia que cualquiera puede utilizar la obra sin necesidad de pagar ninguna retribución económica, pero respetando las prerrogativas de carácter moral.
- d) Tiene duración limitada: Definida por el artículo 18 de la decisión Andina 351 de 1993.
- e) Es un derecho independiente: Es un principio fundamental del derecho de autor que las diversas formas de utilización de las obras son independientes entre sí, y, en consecuencia, una forma de utilización concedida no se extiende a otras formas de explotación, a menos que previa y expresamente así se disponga.

A continuación, se enunciarán cuáles son los derechos patrimoniales exclusivos que tendrá el productor de la obra audiovisual:

- a) Fijar y reproducir la obra para distribuirla y exhibirla por cualquier medio a su alcance en salas cinematográficas o en lugares que hagan sus veces, o cualquier medio de proyección o difusión que pueda surgir, obteniendo un beneficio económico con ello.
- b) Vender o alquilar los ejemplares de la obra o hacer aumentos o reducciones en su formato para su exhibición.
- c) Autorizar las traducciones y otras adaptaciones o transformaciones audiovisuales de la obra, y explotarlas en la medida en que se requiera para el mejor aprovechamiento económico de ella; también perseguir ante los tribunales y jueces competentes cualquier reproducción o exhibición no autorizada de la obra audiovisual, derecho que también corresponde a los autores, quienes podrán actuar aislada o conjuntamente.

Conforme se establece en la ley de derecho de autor colombiana, las obras audiovisuales serán protegidas por ochenta (80) años contados a partir de su terminación,

excepto cuando el productor sea una persona jurídica y le correspondan los Derechos Patrimoniales; en este caso la protección será de cincuenta (50) años desde su realización.

Los convenios internacionales de protección como el Convenio de Berna, del cual es miembro Colombia, obligan a los países a proteger esta clase de obras mínimo por cincuenta (50) años, sin perjuicio de que, como en el caso colombiano, se establezca una protección mayor.

Todo lo anterior es el planteamiento conceptual en cuestión, necesario para el entendimiento del contexto y el ciclo económico del negocio, que ayudara al lector a comprender que existen limitantes en la contabilidad, ya que las erogaciones de dinero empiezan desde la etapa de desarrollo de filme y estas deberían poderse reconocer como activo en los estados financieros desde ese momento. Asimismo, los derechos de autor dan una pauta en tiempo de cual debería ser la vida útil de la película, ya que la protección de los derechos patrimoniales es de cincuenta años.

4. Marco teórico: Activo Intangible definición, regulación, características y limitaciones.

“Los Activos Intangibles son grandes e importantes. Sin embargo, los estados financieros en la actualidad proveen muy poca información acerca de estos activos. Aún peor es que la mayoría de la información brindada es parcial, inconsistente y confusa, generando importantes costos para las empresas, los inversores y la sociedad en general”
(Lev, 2003)

4.1 Aproximación al término activo intangible

A Continuación, se da una aproximación al concepto de activo intangible desde una perspectiva jurídico-contable, ya que las producciones cinematográficas son forjadas bajo estas concepciones como característica.

El término "intangible" es un concepto sobre el que no existe consenso en su definición, distintos autores en diferentes momentos han tratado de precisar el término y como en muchos otros campos de investigación hay similitud en la terminología existente.

Para referirse a un mismo concepto, los contadores han usado el término intangible, los economistas activos de conocimiento y los abogados propiedad intelectual. Esta variedad terminológica se debe a que el estudio de los intangibles se ha tratado desde diversas perspectivas y disciplinas (Simó & Sallán, 2008).

Según Lev (2003), los activos intangibles son derechos a los beneficios futuros que no tienen cuerpo físico, se crea por la innovación, prácticas de organización y recursos humanos. Adicionalmente el autor señala que los activos intangibles interactúan con los activos tangibles en la creación de valor corporativo y en el crecimiento económico.

También los activos intangibles se definen como recursos no físicos, generadores de probables beneficios económicos futuros para la entidad, que fueron adquiridos a través del

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

intercambio o desarrollados internamente sobre la base de costos identificables, que tienen una vida limitada, que poseen valor de mercado propio y que pertenecen y son controlados por la entidad (Upton, 2001).

Otra definición de activos intangibles establece que

son fuentes no monetarias de beneficios económicos futuros, sin sustancia física, controlados, o al menos influidos por la empresa, como resultado de acontecimientos y transacciones pasadas (producidos por la empresa, comprados o adquiridos de cualquier otra manera) y que pueden o no ser vendidos separadamente de otros activos de la empresa (Cañibano et al., 2004).

De acuerdo con Hendriksen & Van Breda (1999), y Monteiro Perez & Famá (2006) se puede adicionar que los activos intangibles son una de las áreas más complejas y difíciles de la contabilidad, y probablemente también de las finanzas corporativas. Parte de estas limitaciones se deben a los problemas en la identificación y definición de estos activos, aunque, sin duda, las mayores dificultades son las incertidumbres en la medición de sus valores y la estimación de su vida útil.

a) El activo intangible según una concepción jurídica

El esquema de clasificación legal enfatiza las propiedades legales de los valores intangibles. Específicamente, los valores intangibles se clasifican en función de su exigibilidad legal, es decir, si es un derecho legalmente exigible. Por lo general, se pueden identificar tres categorías: Derechos legales, valores económicos y ventajas económicas.

La primera categoría, también se conoce como derechos de propiedad legal o derechos de propiedad intelectual; Como su nombre lo sugiere, los valores intangibles en esta categoría se caracterizan por un derecho legal o contractualmente exigible. Es decir, que con estos existe explotación económica legal, debido a que el uso por parte de terceros está excluido o al menos restringido. En este contexto, el derecho legal o contractual se considera el valor intangible. Esto último generalmente surge por ley o por un diferente acto de la

autoridad, mientras que un derecho contractual se establece entre las partes civiles.(Grüber & Leibfried , 2014)

Se puede definir el concepto de “propiedad intelectual” a las creaciones del intelecto, las cuales se dividen en dos grandes especies o ramas: la propiedad industrial y el derecho de autor. Mientras que la primera trata principalmente de la protección de las invenciones, las marcas, los dibujos o modelos industriales, y la represión de la competencia desleal, el derecho de autor recae sobre obras literarias, artísticas, audiovisuales, musicales, emisiones de radiodifusión, software y otros productos que estén dentro de esta categoría (Congreso de Colombia, 1982).

Los términos de activo y propiedad se emplean como sinónimos y, más concretamente manifiesta que los activos o recursos económicos de una empresa son sus derechos de propiedad.

Esta concepción identifica al activo intangible como los bienes y derechos de propiedad que la empresa posee, siendo éste el concepto de activo en un sistema contable tradicional, dirigido a garantizar los derechos de los acreedores, existiendo los bienes y derechos propiedad de la empresa una garantía patrimonial para los mismos. Por esta razón prima la importancia de los derechos de autor en la producción de cine sobre el producto como tal, porque son los derechos los que la compañía cede para que el producto pueda ser exhibido.

b) El activo intangible según una concepción contable

En la actualidad las empresas tienen el reto de realizar inversiones intangibles que potencien la capacidad generadora de riqueza en el futuro, es el caso de las películas en donde por ejemplo la productora realiza inversiones grandes para traer determinado casting que es del gusto de un público específico generando así más ingresos; y, por otra, en busca de la necesidad de identificar y gestionar de manera eficiente los activos intangibles existentes en el seno de las empresas. Lo cual es especialmente difícil, dado que los sistemas de

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

información y contabilidad empleados habitualmente están orientados, principalmente, hacia el cálculo de los beneficios y el valor del patrimonio en términos monetarios y, por lo tanto, tienen una limitada capacidad para reflejar el valor y la importancia de las inversiones intangibles (Cañibano J. , 1998).

Se puede analizar en la definición realizada por el IASB, en donde no se da gran importancia a la propiedad de las inversiones llevadas a cabo por una empresa, si no en la contribución de estas a la obtención de beneficios económicos futuros para la empresa. De esta forma, Canning (1929) define al activo como “cualquier servicio futuro en dinero o convertible en dinero cuyo beneficio esté legal o equitativamente asegurado para alguna persona o grupos de persona” (pág. 22).

La existencia de un valor de mercado es el que puede dar certeza de un beneficio económico futuro (Financial Accounting Standards Board, 1985). Sin embargo, dado que no siempre existe este valor para los elementos del activo, y en particular para las obras cinematográficas, debido a la incertidumbre en la obtención de beneficios económicos futuros por parte de las productoras cinematográficas, se podría preguntar ¿deberían considerarse las películas como gasto del ejercicio? No obstante Hendriksen (1974) y Solomonn (1989) señalan “que el hecho de que el valor futuro de un derecho o servicio potencial pueda ser incierto no lo excluye de la definición de activo” (pág. 292).

Por tanto, en el estudio de los activos intangibles, en cuanto a la definición y reconocimiento, los estándares internacionales señalan que no existe un marco conceptual generalmente aceptado. La razón de tal incoherencia en el plano internacional se deriva del hecho de que las normas no prescriben un tratamiento individual para cada tipo de intangible.

4.2 Características y clases de intangibles

Según los autores Baidez González, Lorduy Osés, & Ramírez Córcoles (2010), todos los activos intangibles se caracterizan por tener ciertos atributos, los cuales se mencionan a continuación:

- No tienen sustancia física o monetaria
- Son parcialmente reconocidos contablemente
- El mercado es parcialmente inexistente
- Tienen un intercambio limitado
- Alcanzan las economías de escala con rapidez
- Tienen efectos de red
- Pueden ser utilizados simultáneamente para diferentes objetivos
- Representan costos fijos elevados, pero tienen costo marginal mínimo
- Es difícil asegurar su propiedad
- Su innovación es de alto costo.

En cuanto a su clasificación, Ramírez et al. (2010), catalogan los activos intangibles en “identificables y no identificables”. En donde los activos identificables, son a los cuales sencillamente se les puede imputar una generación de beneficios económicos futuros; es decir, son separables y la firma posee derechos legales sobre ellos. Entre ellos están los gastos de investigación y desarrollo, las concesiones administrativas, la propiedad industrial (como patentes, marcas, modelos de utilidad y otros), la propiedad intelectual (como las obras científicas, literarias o artísticas), las aplicaciones informáticas y demás productos de la propiedad intelectual

Los activos “no identificables” son aquellos activos a los que se les podría asociar la generación de beneficios económicos futuros. Como son: clientela, el nombre o razón social, la localización de la empresa, la cuota de mercado, el nivel de competencia, la estructura organizativa, el prestigio, la creatividad, el capital humano, los canales comerciales, etc.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

Vargas (2000), hace una clasificación de los activos intangibles de acuerdo con cuatro criterios, a saber: según su origen, según se puedan o no separar del individuo que los creó, según su defensa legal y según la transparencia de la información sobre la cual se basan los recursos.

1) **Según su origen:** En función del origen de su naturaleza, se clasifican en: Recursos humanos y no humanos. Dentro de los recursos no humanos, se puede diferenciar recursos tecnológicos, comerciales y organizativos.

2) **Separables del Individuo que los creó:** En función de la posibilidad que al activo se lo pueda separar o no del individuo o individuos que los crearon.

3) **Defensa Legal:** En función de la posibilidad de defensa legal ante el uso exclusivo del derecho.

4) **Transparencia de la Información:** Este aspecto está relacionado con el grado de transparencia u opacidad de la información sobre la que se basan los recursos.

De acuerdo con las clasificaciones mencionadas anteriormente, se puede concluir que la cinematografía (en especial las películas) se clasifican como un **activo intangible separable e identificable**, que puede tener una defensa legal otorgada por la ley de protección de derechos de autor, con información transparente soportada por las erogaciones de dinero que la empresa invierte en su creación, en donde hay una limitante para catalogarse como activo debido a que surge una incertidumbre para establecer si puede haber beneficios económicos futuros.

Al analizar los elementos intangibles del producto cinematográfico se puede observar que muchos de estos se encuentran en las capacidades humanas y de la misma organización que las producen, pero en el caso del cine se manifiestan y alcanzan credibilidad cuando se trasladan al producto cinematográfico; no se trata tan sólo de saber, es necesario saber cómo hacer y en el caso del cine, a los conocimientos hay que añadir habilidades y destrezas que se han desarrollado a lo largo del tiempo.

4.3 Aproximación al concepto de activo de acuerdo con el marco internacional IASB.

Tua et al. (1988), definen al marco conceptual como una aplicación de la teoría general de la contabilidad en la que, mediante una guía lógica deductiva, se desarrollan criterios o acuerdos conceptuales los que se basa la información financiera, al objeto de otorgar de sustento racional a las normas contables. Seguir un itinerario lógico deductivo implica que cada uno de los escalones que prevé es congruente con los anteriores, lo que refuerza la racionalidad del producto final.

Las normas internacionales de información financiera (NIIF), son pautas o normas que regulan las bases de preparación de la información, estas tienen como objeto determinar las reglas de presentación, medición inicial y posterior, así como la revelación de hechos económicos que serán mostrados en los estados financieros por todas las organizaciones, las cuales deben revelar información financiera razonable. Por presentación razonable, según el párrafo 15 de la NIC 1 (2015) e entenderá:

“La presentación fidedigna de los efectos de las transacciones, así como otros sucesos y condiciones, de acuerdo con las definiciones y los criterios de reconocimiento de activos, pasivos, ingresos y gastos establecidos en el marco conceptual” (pág.13).

Dentro del marco conceptual, hay una definición de activos sujetos dentro de conceptos de “control” y de “probabilidad” de acuerdo con:

- Norma internacional 16 “propiedad planta y equipo”,
- Norma internacional 38 “activos intangibles”,
- Norma internacional 36 “deterioro de los activos”, y
- Norma internacional 37, “Provisiones”.

En donde el concepto de activo según el marco conceptual emitido por el IASB se entiende, como “un recurso económico presente controlado por la entidad como resultado de

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

sucesos pasados. Y un recurso económico es un derecho que tiene el potencial de producir beneficios económicos”. (IFRS, Foundation., 2018, pág. 25)

El marco conceptual, concede la definición de beneficios económicos a la contribución de los activos en la generación de los flujos de efectivo que forja la empresa por cualquiera de las siguientes (venta, uso, y otros). Por tanto la enunciación de activos tiene limitaciones significativas, porque su vida está limitada a esa posibilidad, que puede alterarse a lo largo de su existencia, motivo por el que es necesario plantearse periódicamente si ha existido deterioro en la misma y, en consecuencia, en el valor de los activos, tal como establece la NIC 36 (Tua-Pereda, 2004).

La exigencia según la cual los elementos a reconocer como activos sean recursos que estén bajo el control de la empresa, los cuales proceden de hechos pasados y que van a producir beneficios económicos en el futuro, limita la posibilidad de reconocer a las películas como activos de la compañía, porque en este negocio, existe dificultad de estimar los ingresos de los productos audiovisuales por la imprevisibilidad de la respuesta del mercado a estos, y a su apreciación por parte del público. Por tanto, es complicado estimar con precisión el nivel de ingresos y prever si serán suficientes al menos para cubrir los costos. Además, las películas, tal como fue mencionado, tienen varias ventanas de exhibición, y aunque una película no sea exitosa en el momento de su estreno, esto no es prueba que, en un periodo largo de tiempo, la productora de cine no podrá vender los derechos para que sea producida una adaptación, o sea ganadora de un premio en algún festival de cine, o los derechos puedan ser adquiridos por una compañía de televisión de pago.

4.4 Regulación contable.

El marco conceptual del modelo contable de NIIF fue elaborado por el International Accounting Standards Committee, IASC, este organismo se encargó de emitir los International Accounting Standards, IAS, hasta el año 2001; después fue reemplazado por el International Accounting Standards Board, IASB, organismo líder en la emisión de estándares internacionales.

El IASB es un organismo independiente del sector privado que desarrolla y aprueba Normas Internacionales de Información financiera (NIIF o IFRS por sus siglas en inglés). El IASB funciona bajo la supervisión de la fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF). La fundación es una institución independiente, sin fines de lucro, creada en el año 2000 para supervisar al IASB (Richardson & Eberlein, 2011), desde el 2001 la emisión de normas está a cargo de la IASB.

Desde su creación (de 1973 al 2000), el International Accounting Standards Comité IASC en adelante (predecesor del IASB) logró emitir 41 normas que para el 2001 ya tenían su traducción oficial en alemán, francés, ruso, polaco, rumano, español y chino, aunque se emiten inicialmente en inglés (Larson & Linda, 2001). Por su parte, desde el 2001 IASB ha emitido 17 normas más, las NIIF's. La labor de ambas instituciones ha reestructurado completamente la forma de reportar la información financiera logrando el apoyo de los comités nacionales, instituciones gubernamentales y reguladores de los mercados de capitales alrededor del mundo.

El IASC inició un trabajo sobre el desarrollo de un estándar sobre activos intangibles ya en 1989, no fue hasta 1993 que el proyecto se convirtió en prioridad en el programa del comité. Después de analizar cientos de cartas de comentarios, sobre los proyectos de exposición de más de 20 países, la Junta aprobó la NIC 38, Activos intangibles en julio de 1998. Uno de los principales temas de discusión en estas cartas de comentarios fueron activos intangibles generados internamente.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

Fue entonces que la Junta acordó clasificar los activos intangibles generados internamente en dos fases: una fase de investigación y una de desarrollo. Exclusivamente se pueden reconocer los activos intangibles derivados de la fase de desarrollo. El gasto en la fase de investigación de un proyecto debe ser siempre gasto; la junta también agregó la definición de "investigación", "desarrollo" y ejemplos de actividades típicas de investigación y desarrollo a la norma. Aunque muchos comentaristas apoyaron la "separabilidad" como criterios necesarios para ayudar a una entidad a identificar activos intangibles, la Junta rechazó la propuesta de añadir el criterio de "separabilidad" para los activos generados internamente (NIC 38, 1998, pág. 11).

Pero más tarde, en 2004, el IASB hizo algunas revisiones a la NIC 38, las cuales incluían considerar que los activos intangibles son identificables si es separable o surge de derechos contractuales o legales (KPGM, 2004).

La NIC 38 eliminó la presunción refutable de que la vida útil de un activo intangible no excedería de 20 años. También se ha eliminado el requisito de probar activos intangibles con una vida útil superior a 20 años por deterioro anual; en lugar de las pruebas de deterioro se llevan a cabo en virtud de las normas generales de la NIC 36¹ (KPGM, 2004).

La regulación sobre activos intangibles alrededor del mundo comparada con el punto de vista conservador de Estados Unidos tiene una marcada diferencia. El organismo regulador de la normatividad contable de este país es el Financial Accounting Standards Board (en adelante, FASB). A continuación, se realizará un resumen de las principales diferencias del tratamiento de activos intangibles entre la normatividad emitida por el IASB

¹ La NIC 36 trata el deterioro del valor de una variedad de activos no financieros, incluyendo:

- El inmovilizado material (activo fijo)
- El fondo de comercio o goodwill (menor valor)
- Los activos intangibles
- Los inmuebles de inversión
- Los Activos biológicos

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

y la emitida por el FASB. En relación con el criterio de reconocimiento que reside en el concepto de la identificabilidad, la normativa americana USGAAP es más flexible que las IFRS en este aspecto, ya que se puede reconocer un intangible en activo sin que cumpla, con las siguientes características: 1) que haya una alta probabilidad de que los beneficios monetarios futuros fluyan a la entidad y 2) que el costo pueda medirse de forma fiable. Aunque es cierto que para que se reconozca, los activos deben ser adquiridos en el mercado donde exista información fiable sobre la valoración de este.

Respecto al criterio de medición, las IFRS valora inicialmente los activos intangibles por su costo mientras que las USGAAP por su valor razonable. En relación con los activos intangibles internamente generados, con las IFRS se pueden capitalizar los gastos en la fase de desarrollo, pero según las USGAAP todos los costos que la empresa invierta para los activos intangibles internamente generados se imputan directamente como gasto en la cuenta de resultado del ejercicio. Esto incluye tanto los gastos en la fase de investigación como la de desarrollo.

Por último, el tratamiento posterior al reconocimiento inicial también tiene sus diferencias. Según las IFRS se puede revalorizar y revertir el deterioro de valor de sus activos intangibles, cosa que según la normativa americana no es permitida. (Lopez, Santanoglia, Pedroni, Albanese, & Milanesi, 2013)

Los estudios sobre el desarrollo de normas se han llevado a cabo de varias maneras. La primera forma fue simplemente revisar el contenido y el cambio de contenido en las normas sobre intangibles. A pesar de las numerosas solicitudes de cambio sobre la norma, los organismos reguladores son conservadores acerca de la capitalización. Hay varias razones para esta resistencia entre los reguladores. Según esto, la principal explicación es que los intangibles son activos que son difíciles de medir y de identificar.

Lo anterior, para dar contexto a la gran dificultad en la regulación de los intangibles en las empresas, en donde han tenido diferentes adaptaciones con el fin de estar en la vanguardia en los nuevos modelos de negocios. En el caso de intangibles en la industria cultural, el tema se hace aún más complejo para los reguladores, por las dificultades en la

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

creación de modelos de medición del valor económico de la cultura, por un lado, y de medición de los activos intangibles por el otro. Es decir, existe aún una distancia difícil de acortar entre el plano teórico y el práctico, para conseguir que el contexto facilite una correcta valoración de los activos de las empresas culturales.

En Colombia, el proceso de internacionalización de la contabilidad surge en forma abierta a partir del año 1999. Para ese año fue expedida la Ley 550, que en su artículo 63 señala la responsabilidad del gobierno nacional de revisar las normas colombianas en materia, pero fue hasta el 2007 que salió a la luz pública el Proyecto de Ley 165, cuyo objetivo era regular los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptadas en Colombia; ese proyecto pretendía implementar las NIIF en Colombia para todas las empresas que funcionaban en el territorio colombiano (Ferrer De La Hoz, 2013).

Es en el año 2009, donde se hace la expedición de la Ley 1314 y que el Estado colombiano establece la conversión hacia las normas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de la información, con estándares internacionales de aceptación mundial; los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar de las transacciones y otros hechos y condiciones que son importantes en los estados financieros con propósito de información general. Según el artículo primero, esta ley tiene como objetivo modernizar las normas contables y de auditoría del país para así “mejorar la productividad, la competitividad y el desarrollo armónico de la actividad empresarial de las personas naturales y jurídicas” (Congreso de Colombia, 2009).

El principal objetivo de esta ley: “es conformar un medio único y de alta calidad, mediante la cual se preparen informes contables comprensibles, transparentes, comparables y útiles para una amplia gama de usuarios para la toma de decisiones económicas” (Congreso de Colombia, 2009).

El Gobierno Nacional, hace encargo de esta ley al Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP), para su debido proceso de normalización técnica de las normas en Colombia y por ello, emite el documento “Direccionamiento Estratégico” el cual busca el desarrollo

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

efectivo del proceso de convergencia y sirve de orientador para que las empresas colombianas se clasifiquen en alguno de los tres grupos que a continuación se describen:

Tabla 1

Clasificación Grupos NIIF

GRUPO	ALCANCE	NORMA A ADOPTAR
1	Emisores de valores, entidades de interés público (clasificadas en dos subgrupos y empresas de tamaño grande clasificadas como tales, que cumplan con algunos requisitos adicionales (definidos en el Decreto 2784 de 2012).	NIIF/IFRS Plenas Normas emitidas por el Gobierno Nacional aplicables a las entidades de interés público y a los subgrupos clasificados por el Decreto 2784 de 2012 y los demás decretos emitidos.
2	Empresas de tamaño mediano y pequeño que no sean emisores de valores ni entidades de interés público de acuerdo con las definiciones de los decretos.	NIIF/IFRS para Pymes Promulgadas por el Gobierno Nacional en el Decreto 3022 de 2013 y los demás decretos emitidos.
3	Microempresas y personas naturales o jurídicas del régimen simplificado.	Para Microempresas un régimen simplificado de contabilidad fundamentado en las NIIF/IFRS , consagradas en el Decreto 2706 de 2012.

Fuente: Elaboración propia basado en la Ley 1314 de 2009 y decretos complementarios.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

En la Ley 1314, se hace mención de las empresas del grupo 2 y 3, quienes en forma voluntaria pueden aplicar las NIIF plenas, y también tener en cuenta las obligaciones que de dicha aplicación se derivan. Esta normatividad debe ser de análisis por las pequeñas y medianas productoras de cine en Colombia para que sea aplicada la regulación acorde a su dinámica empresarial, desde la perspectiva empresarial interna de mantenimiento del capital y de la recuperación de las inversiones.

En orden con la regulación colombiana hasta aquí planteada, a continuación, se realizará una comparación de las limitaciones que existen en NIIF plenas y NIIF para Pymes. Es importante aclarar que, aunque el caso de estudio es una productora cinematográfica que maneja NIIF para Pymes, se realiza la comparación para que la comprensión acerca del impacto que tiene el modo como son asumidos los impactos intangibles.

Hay que iniciar por decir que el Consejo realizó una simplificación de las NIIF para Pymes con el fin de que se ajustaran a las necesidades de los usuarios y se pudiera realizar un análisis correcto y adecuado del costo-beneficio. En este sentido no existe una transformación de un tipo de empresa a otra en tanto que comparten los mismos principios. A conformidad con el Marco Conceptual, el Consejo estableció que la relación costo-beneficio debe evaluarse teniendo en cuenta las necesidades de información de los usuarios de los estados financieros en una entidad, en este caso, de la productora cinematográfica.

De acuerdo con lo dicho, la principal diferencia entre las NIIF completas o plenas y las NIIF para Pymes se presenta en: Se omiten temas que no sean aplicables a las Pymes, se establecen de acuerdo con las necesidades de los usuarios y se considera la restricción del costo en la presentación de los reportes financieros. Ahora bien, existen unas diferencias específicas, las cuales Salazar (2010) se encarga de sintetizar de manera esquemática. Según la Fundación IFRS (2015) son 7 los motivos por los que se diferencian las NIIF Pymes de las NIIF completas o plenas:

1. La sencillez en la orientación para las NIIF Pymes.
2. Los costos por investigación se conciben de distinta manera: Mientras para las empresas de NIIF plenas estos son considerados gastos y capitalizados cuando el

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

proyecto se ha declarado viable, las NIIF Pymes reconoce como gastos estos costos.

3. Los criterios para determinar la medición posterior al reconocimiento, en las NIIF Pymes se hace al costo menos las amortizaciones, en las NIIF plenas la entidad elegirá en su política contable entre el modelo del costo o el modelo de revalorización.
4. La consideración de que todos los activos intangibles son, para las Pymes, de vida útil finita; mientras que en las NIIF plenas existe el modelo de vida útil indefinida.
5. Solamente las NIIF plenas pueden usar el modelo de revaluación para medir los activos intangibles.
6. Los activos intangibles para las NIIF completas deben ser revisados anualmente, tanto su valor residual, vida útil y el método de amortización. Las NIIF Pymes solamente exigen este tipo de revisión cuando ha habido un cambio significativo sobre la última fecha anual del informe.
7. Las NIIF completas pueden elegir el método de contabilización de activos intangibles, entre los que están las subvenciones del gobierno. Por su parte las NIIF Pyme establecen que estas empresas solamente pueden utilizar como método para contabilizar las subvenciones del gobierno.

Como se puede ver, el aspecto en el que existen mayores diferencias entre una y otra normatividad es en relación con los activos intangibles. Sin embargo, existen otras diferencias que es importante revisar. En primer lugar, en el área de la presentación de estados financieros, las NIIF Pymes, cuando los cambios patrimoniales se derivan de los resultados y variaciones de utilidades retenidas, es posible presentar estado de resultados y ganancias acumulados (esto quiere decir que se omite la presentación del estado de resultado integral y el estado de cambios en el patrimonio).

En relación con las inversiones en asociadas y entidades controladas de forma conjunta las NIIF Pymes (Sección 9) pueden ser reconocidas por su costo o por su valor razonable, en tanto que no tienen valor en el mercado; también por el método de

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

participación. A diferencia de las NIIF plenas (NIC 2, NIIF 10), estas se reconocen inicialmente por su costo y con el tiempo se van actualizando en el método de participación.

Ahora bien, los activos intangibles, que son el aspecto en el que se puntualiza en esta investigación, según la normatividad establecida para las Pymes en la Sección 18 no son reconocidos si se presentan de vida útil indefinida. Esto quiere decir que, si la entidad no puede determinar la vida útil del activo intangible de manera fiable, la norma indicará que dicho periodo es de máximo 10 años (Factory, 2015). Tal como lo estipula la Sección 18 de la NIIF Pymes, todos los intangibles amortizan, no es permitida la revaluación ni tampoco se requiere de revisión siempre y cuando se presenten cambios; finalmente, los desembolsos por I+D deben llevarse a resultados (Salazar, 2010).

Si se revisa el caso de las NIIF plenas, en la NIC 38 los intangibles son concebidos con mayor flexibilidad pues, se permite el reconocimiento de activos intangibles con vida útil indefinida que no se amortizan y se deben evaluar anualmente (modelo de costo o de revaluación) con el fin de determinar la pérdida de deterioro. Para los intangibles de vida útil finita, “se debe establecer técnicamente y de forma fiable su vida útil, en ningún momento se presume que la vida útil máxima de un intangible con vida útil finita es de 10 años” (Factory, 2015). En relación con la I+D, esos costos son capitalizables en tanto cumplan con los criterios establecidos. Para precisar lo dicho es posible citar la orientación realizada por la Fundación IFRS (2015)

Las NIIF plenas suponen que el criterio fiable de reconocimiento de la medición siempre se cumple para los activos intangibles adquiridos en una combinación de negocios. La NIIF para las Pymes proporciona una excepción para un activo intangible adquirido en una combinación de negocios que surge de derechos legales u otros derechos contractuales cuando su valor razonable no se puede medir de forma fiable, ya sea porque no es separable de la plusvalía o porque es separable de la plusvalía pero no existe ningún historial ni evidencia de transacciones de intercambio para el mismo activo u otros similares, y estimar el valor razonable de otra manera dependería de variables que no se pueden medir (IFRS Foundation, 2015).

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

Ahora bien, en resumen, en esta investigación se han estudiado dos obras cinematográficas producidas por una compañía productora de cine en Colombia, la cual se ha consolidado como una de las mayores productoras audiovisuales en América Latina. Teniendo en cuenta lo anterior y, como se ha mencionado, una producción cinematográfica se considera un activo intangible, según la normatividad contable. Teniendo en cuenta las definiciones del estándar internacional, un intangible es un activo no monetario identificable y carente de sustancia física; en tanto que un activo es un recurso que es controlado por la empresa como resultado de eventos pasados y del cual se esperan beneficios económicos futuros.

Es decir, un activo considerado como intangible debe no tener sustancia física o monetaria, debe conservar su valor intrínseco. Otra característica, es que son inidentificables de manera plena, es decir, cada bien en particular puede ser vendido o explotado sin depender de otro bien dentro de la compañía. Son controlables, ya que tienen derecho de autor, por consiguiente, la compañía tiene poder sobre él. Además de que su elaboración y futura explotación va a generar beneficios futuros.

Teniendo claro lo anterior, un activo intangible debe ser distinto al *goodwill*, así que este tipo de medición financiera debe tocar varias NIIF o IFRS, según su naturaleza. Una entidad que aplique NIIF para Pymes, como es el caso de estudio deben considerar como mínimo las siguientes secciones para la presentación de su información financiera: (IFRS Foundation, 2015)

Sección 3: Presentación de estados financieros

Sección 4: Estado de situación financiera

Sección 5: Estado del resultado integral y estado de resultados

Sección 6: Estado de cambios en el patrimonio y estado de resultados y ganancias acumuladas

Sección 7: Estado de flujos de efectivos

Sección 8: Notas a los estados financieros

Sección 18: Activos intangibles distintos del goodwill

Sección 19: Combinaciones de Negocios

Sección 27: Deterioro del valor de los activos

Sección 29: Impuesto a las ganancias

4.5 Limitaciones en el reconocimiento del activo intangible.

El reconocimiento de un activo se entiende, de acuerdo con el marco conceptual como el proceso de incorporación al balance de un elemento que satisfaga la definición de activo, es decir debe ser un recurso económico presente controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados. (IFRS, Foundation., 2018). Para ello, además de la definición establecida es necesario que se vean cumplidos los siguientes requisitos:

a) Que sea probable la obtención por parte de la empresa de los beneficios económicos futuros, a este respecto es necesario distinguir entre probable y posible, por cuanto del primero se desprende, con apoyo de la evidencia disponible en la fecha de elaboración de la información contable, la confianza razonable o la certeza suficiente de que acontecerá el suceso, mientras que el segundo separa un mayor grado de incertidumbre y desconfianza acerca del desenlace del evento; y

b) Que el costo del activo pueda ser determinado con fiabilidad, lo que acarrea que pueda satisfacerse razonablemente a partir de la transacción que lo origina; por consiguiente, que el valor tenga que aproximarse no constituye, necesariamente un impedimento al requisito de fiabilidad de la información contable.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

El IAS 38 en el párrafo IN5 establece que el reconocimiento de una partida como activo intangible exige que la entidad demuestre que el elemento en cuestión cumpla con las siguientes características:

a) Que sea susceptible de ser separado o dividido de la entidad y vendido, cedido, dado en operación, arrendado o intercambiado, ya sea individualmente o junto con el contrato, activo o pasivo con los que guarde relación; O surge de derechos contractuales o de otros derechos legales, con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos u obligaciones.

b) Cumpla con el criterio de reconocimiento: La norma establece que un activo intangible se reconocerá si, y sólo si: Es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad, y el costo del activo puede ser medido de forma fiable.

A continuación, se ilustra, a través de la gráfica, las pautas de acuerdo al modelo contable IASB para que un hecho económico realizado pueda reconocerse, y pueda representarse de manera confiable como intangible en el estado de la situación financiera.

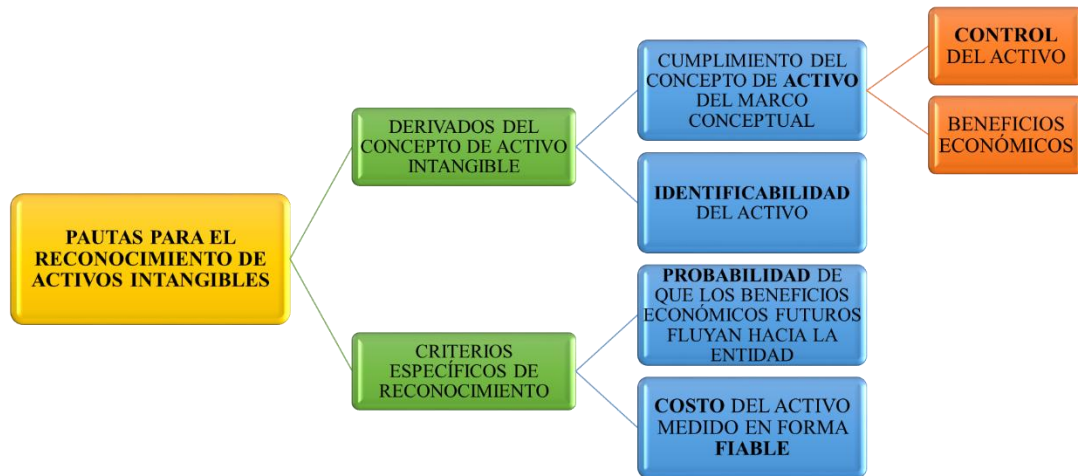


Figura 5. Pautas para el reconocimiento de activos intangibles.
Fuente: (López et al. 2013)

De acuerdo con lo anterior, reconocer las películas como activo intangible tiene dificultades, por la probabilidad de obtener beneficios económicos futuros, debido a que esto depende de muchos factores sujetos a diferentes variables como la estructura empresarial de la productora audiovisual y la creatividad que se encuentra en manos del equipo artístico: guionista, director y elenco, básicamente (Observatorio Vasco de la Cultura, 2012).

También, determinar si un activo cumple los criterios para su reconocimiento la empresa debe clasificar la generación de este activo en la fase de investigación y la fase de desarrollo (Vásquez & Franco, 2013).

4.5.1 Limitaciones en la etapa de investigación y desarrollo

La creación cinematográfica es un proceso complicado, donde diferentes profesionales se involucran en diferentes momentos, por lo que el proceso de producción de una película como se detalló anteriormente en este trabajo de investigación trae consigo varias etapas. Las etapas iniciales que son el proceso de desarrollo y preproducción, que parte desde la concepción de la idea hasta el momento en que el proyecto es elegido para su producción.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

De acuerdo con el marco regulatorio actual, el modelo contable no permite reflejar el valor de determinadas inversiones, lo que dificulta la consideración de las actividades de investigación de contenidos para realizar una producción cinematográfica y el desarrollo de guion, como variables estratégicas para las empresas productoras de cine.

La NIC 38, al hacer discusión sobre los activos intangibles generados internamente, tiene una connotación clara al referirse a los gastos de investigación y desarrollo, en donde sólo permite la activación de los gastos de desarrollo, si se cumplen una serie de requisitos encaminados a mostrar la viabilidad del proyecto, su financiación y comercialización. Es decir que toda la etapa de investigación de contenido y desarrollo de guion que la producción de una película se realiza bajo los lineamientos de esta NIC sería imposible capitalizarla en el estado de la situación financiera.

Es importante mencionar que, en esta investigación, de acuerdo a la NIIF para Pymes sección 18 párrafo 18.14, comenta:

la entidad reconocerá el desembolso incurrido internamente en una partida intangible como un gasto, incluyendo todos los desembolsos para actividades de investigación y desarrollo, cuando incurra en él, a menos que forme parte del costo de otro activo que cumpla los criterios de reconocimiento de esta Norma (IFRS Foundation, 2015).

De tal forma que todas las erogaciones de dinero que una compañía productora de cine presenta en su información financiera de acuerdo con las NIIF para Pymes en Colombia, en la realización de la etapa de investigación, se da desde el surgimiento de la idea hasta el desarrollo de la misma y son determinantes en la creación de una obra cinematográfica, no tiene prácticamente ninguna oportunidad de incorporación en el estado de situación financiera de la empresa. Por tanto, los estados financieros no muestran la información suficiente sobre la inversión que se lleva a cabo en la etapa de desarrollo y preproducción, donde es demandada por los usuarios externos para la toma de decisiones. En efecto, el modelo vigente no refleja bien la capacidad innovadora de las empresas creativas ya que sus recursos intangibles no son fácilmente detectables en sus estados contables.

Otra limitante es que los activos intangibles identificables generados en forma interna por las empresas no se plasman en los estados de la situación financiera, o bien muestran sólo los costos incurridos en la etapa de desarrollo. Sin embargo, cuando una empresa productora de cine adquiere un guion, su medición es a su costo de adquisición. Esto puede dar lugar a serias confusiones; mientras que se considera que los guiones y el desarrollo de contenido en el seno de la empresa poseen escaso valor, los guiones que compren la productora de cine a terceros pueden llegar a valer millones.

Una de las características principales dentro de las actividades de investigación y desarrollo es su elevado riesgo en cuanto a la posibilidad de los costos incurridos en estas actividades permitan la obtención de beneficios futuros. Es evidente que el grado de incertidumbre es mayor en la fase de investigación que en la de desarrollo, en donde esta última se encuentra más cercana a la producción de la película y la principal justificación reside en la necesidad de aplicar el principio contable de prudencia, debido al desconocimiento que se tiene del éxito del proyecto, y por tanto ,su probabilidad de generar ingresos futuros y, aun cuando éstos pudieran ser previstos, existe dificultad para cuantificarlos en un grado razonable de certeza (Bertolino, Díaz, & Suardi, 2009).

Como se puede observar, el marco contable IASB adopta el criterio de activación sujeta a la obediencia de determinados requisitos. Es de suponer que la prohibición de activar los costos de investigación parte de la presunción de que en esta fase del proyecto no es posible contar con elementos de juicio suficientes respecto de la posibilidad de que estos costos puedan generar beneficios en el futuro.

4.6 Limitaciones en la medición de un activo intangible

“Medición es el proceso de determinación de los importes monetarios por los que se reconocen y llevan contablemente los elementos de los estados financieros, para su inclusión en el balance general y el estado de resultados. Para realizarla es necesaria la selección de una base o método particular de medición”

(IFRS Foundation, 2010, pág. 49)

4.6.1 Medición inicial y posterior para los productos intangibles

La información contable ha venido aceptando en sus balances los valores de ciertos intangibles reconocidos, cuya valoración no ponía excesivos problemas, dadas las especiales características de registro que presentan, pero las características de activos intangibles son cada día más variadas y surge conflicto de identificación y valoración (Moreno, 2014)

La medición de activos intangibles en la producción de cine asume varios problemas los cuales, se mencionarán a continuación:

- a) El proceso generador de beneficios empresariales es cuestionable: la inversión en esta clase activos intangibles no garantiza la obtención de beneficios futuros, ya que no hay certeza del éxito de una película.
- b) La propiedad o control sobre los activos es difícil de establecer, incluso aunque estos activos intangibles estén protegidos con derecho de autor.
- c) Hay una incertidumbre o riesgo de no recuperar la inversión inicial.
- d) La amortización, deterioro y vida útil son diferentes a los de los activos tangibles, además en esta clase de industria es complejo establecer la vida útil de una película.
- e) Su valoración es compleja, debido a la no existencia de mercados líquidos en los que se intercambien estos activos, por lo que no tienen un valor único claro (CEDE, 2009).

Sin embargo, en el contexto colombiano, la valoración de activos intangibles es un tema emergente, que viene cobrando mayor relevancia en los últimos años (Arango, Pérez, & Gil, 2008), fundamentalmente por el auge de actividades económicas innovadoras que propician la creación.

La medición hace parte del proceso contable en la descripción de los hechos económicos de manera cuantitativa. Según el profesor (Ijiri, 1967), lo más importante de la medición es contar con la elección de "un conjunto especial de símbolos llamados números para este fin particular y establecer una relación entre ellos. Entonces se puede tomar un número y asignarlo como símbolo del objeto en cuestión como si éste tuviera una propiedad

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

representada por aquel que es independiente de las propiedades que otros objetos tienen". Dentro del proceso contable la medición se centra en dos momentos que son la medición inicial y la medición posterior.

La medición inicial corresponde a la cuantificación de los hechos económicos que son capaces de ser reconocidos en la contabilidad y que impactan la situación financiera y económica de la entidad, bien sea como activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos o gastos, en el contexto de las definiciones establecidas en el marco conceptual. Por su parte, la medición posterior corresponde al proceso de actualización del valor de los elementos de los estados financieros (Arias & Sánchez, 2011).

Las soluciones contables que ofrece la norma internacional, se basan en el costo histórico o en el valor razonable y están fundamentadas en el carácter individualizador, bien de la inversión realizada por la empresa (desembolsos) en la producción de intangibles (costo histórico), bien por la adquisición o comparación con precios de mercado (valor razonable) (Biondi & Reberieux, 2012).

De acuerdo al modelo contable del IASB, en la NIC 38 los activos intangibles se medirán inicialmente por su costo (párrafo 24). Para la medición posterior al reconocimiento inicial, se presentan dos modelos:

- **Modelo del costo (párrafo 74)**, el cual indica que: “un activo intangible se contabilizará por su costo menos la amortización acumulada y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor”.

- **Modelo de Revaluación (párrafo 75)**, donde: “un activo intangible se contabilizará por su valor revaluado, que es su valor razonable, en el momento de la revaluación, menos la amortización acumulada, y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor que haya sufrido. Para fijar el importe de las revaluaciones según esta norma, el valor razonable se determinará por referencia a un mercado activo. Pero el problema en el negocio en la producción de películas en Colombia es que no hay un mercado activo para fijar el valor.

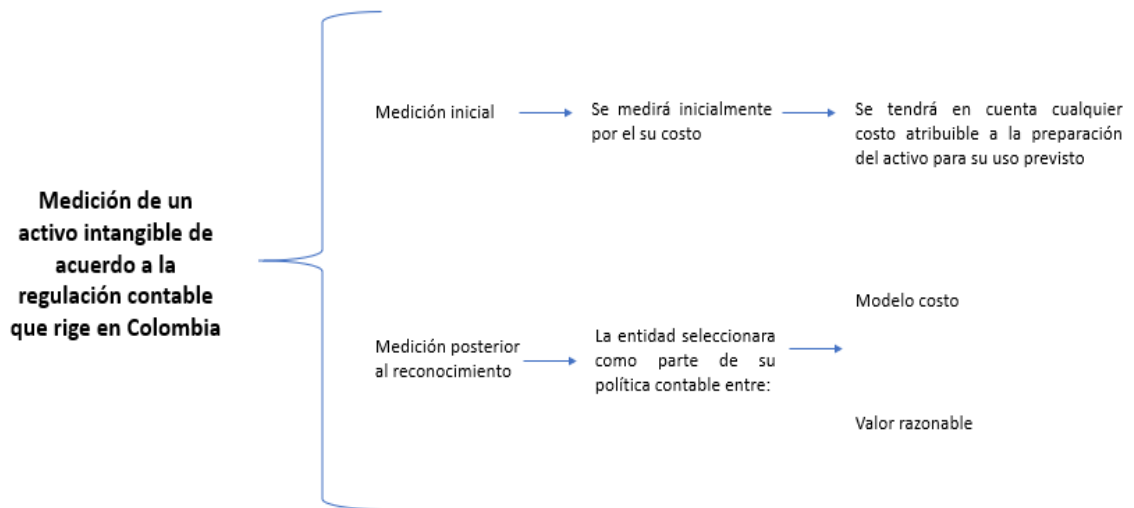


Figura 6. Medición de un activo intangible
Fuente: Elaboración propia, basada en IFRS (2015).

El párrafo 81 de la NIC 38, explica, que, en caso de poder revaluarse el activo intangible al encontrar un mercado de referencia, el incremento del importe en libros del activo se reconocerá en otro resultado global y acumulado en el patrimonio, en una cuenta de superávit de revaluación, y en caso de que sea contrario, se reduce el importe en los libros, esta disminución afecta directamente en la cuenta de superávit de revaluación (párrafo 86). En todo caso, ya realizado el registro, los superávits de revaluación acumulados forman parte del patrimonio y deben ser transferidos directamente a la cuenta de Ganancias (Pérdidas) acumuladas (párrafo 87).

Es decir, que la medición posterior en activos intangibles se centra en el valor razonable el cual podrá ser establecido con referencia al mercado activo. Lo anterior podría darse en Hollywood, donde las grandes productoras tienen una red de distribución y exhibición propia, así como el control de las diferentes ventanas de comercialización en donde se facilita encontrar un mercado activo. Pero el cine colombiano que se identifica con producciones medias que surgen del apoyo del poder público, y que tienen un perfil sesgado hacia lo cultural más que hacia lo comercial y que se caracteriza por ser un cine de autor en

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

el que predomina el arte fílmico y los estilos nacionales le es complejo encontrar un mercado activo. En consecuencia, estos productos intangibles se contabilizarán por su costo y se amortizarán en forma gradual, con la relevante de que la empresa productora de cine genera una pérdida en el valor de su producto periodo a periodo.

La empresa caso de estudio, aplica las NIIF's para Pymes, es decir, mide los activos intangibles utilizando el modelo de costo, así que se contabiliza por su costo, menos la amortización acumulada y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor (Párrafo 18 de NIIF para Pymes).

Adicionalmente, si existe algún indicio de que se ha producido un cambio significativo en la tasa de amortización, vida útil o valor residual de un activo intangible, se revisa la amortización de este activo de forma prospectiva para reflejar las nuevas expectativas. (Domench & Gómez, 2014)

Igualmente, la amortización se carga para distribuir el costo de los activos menos sus valores residuales a lo largo de su vida útil estimada, aplicando el método de la línea recta. Esto hace que la empresa tenga menos carga, pero a la vez se desvalorice si no se producen constantemente productos y se vendan los mismos.

También hay limitaciones en medir de forma fiable una película, porque son las personas las que enriquecen el producto cinematográfico por el valor que aportan con sus habilidades creativas, ideas o en el caso de los actores por la fama y el impacto que tienen en el público. Esto refuerza la visión que los individuos son activos que maximizan el valor del producto en términos del impacto en beneficios, rentabilidad y generación de valor.

En resumen, “La inversión en conocimiento, capital humano, innovación de nuevos productos, tecnología, redes de fidelidad con los consumidores, etc., son ejemplos de factores de naturaleza inmaterial que determinan el éxito empresarial pero que, con la regulación vigente, son excluidos de los balances empresariales debido, entre otras causas, a la incertidumbre existente respecto a la generación de beneficios económicos futuros”. (Cañibano J. , 1998, pág. 79)

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

No es fácil contabilizar los beneficios de consumo de intangibles, como el hecho de conocer si una película va a tener audiencia y aunque se hacen estudios de mercado y de consumo de este tipo de productos, la realidad es otra, puede ser moda, puede que en el momento de ser estrenada, entre a competir con otra que venga de una productora más poderosa y por consiguiente más esperada, sea por renombre o simplemente por ser secuencia o spin-off de otra que haya demostrado éxito y consumo.

Por las dificultades anteriormente descritas, es que Raúl Alberto Arrarte (2015), considera imperativo ampliar el Marco conceptual para la preparación y presentación de Estados Financieros de las normas internacionales vigentes, no solo a la información financiera, sino también, a la no financiera y así validar prospectivos como la Planificación Estratégica, el Cuadro de Mando Integral, la Q de Tobin o el Valor Económico Agregado. Que hacen que la ciencia contable sea predecible en el largo plazo, logrando que se tenga mayor información atrayente para la financiación y la inversión en este tipo de industria.

Por otro lado debería contabilizarse la fidelidad del cliente hacia los productos que produce o distribuye la empresa, igual que sus procesos de gestión, el problema es que las Normas Internacionales no miden estos factores, por eso amortiza o deprecia el valor real de las compañías, que pueden contar con proyección, pero al no ser contabilizado ese valor agregado, claramente pierden oportunidades de ser competitivas, de expandirse y de participar más activamente en la economía regional o sectorial según sea el caso.

4.6.2 Limitaciones para determinar la vida útil y el deterioro de un intangible

La vida útil de los intangibles, de acuerdo al marco conceptual del IASB, es en el periodo que la empresa espera utilizarlo, y puede ser determinado por la productora de cine en atención a: características de la película, éxito en ventas, restricciones legales y demás elementos que sean necesarios.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

Asimismo, la normativa internacional ha incorporado la posibilidad de que los elementos del activo intangible tengan una vida útil indefinida, por no tener una determinación razonable y precisa dentro el límite previsible a la capacidad de generación de flujos de efectivo que obtendrá la empresa, y no es objeto de amortización.

Dentro los activos intangibles con vida finita, la normatividad en ellos está sujeta, de acuerdo con:

- a. Deben ser amortizados linealmente, si no hay una fiabilidad en el patrón de consumo de los beneficios económicos futuros;
- b. Una presunción de que el método de amortización no sea adecuado y dan origen inferior en sus resultados al lineal;
- c. El valor residual es nulo, salvo que exista: 1) El compromiso con un tercero para que compre el activo al término de su vida útil, o 2) Un mercado activo para la partida, siempre que el valor residual se pueda estimar por referencia a ese mercado y se espere que el mercado siga existiendo al final de la vida útil (Otal & Serrano, 2006).

De acuerdo a la normatividad vigente de derechos de autor que existe en Colombia, la protección será de cincuenta (50) años desde su realización, llegando a la conclusión que la vida útil de una película puede ser por este periodo, con la posibilidad de que esta vida útil sea menor, si la productora hace uso de este activo por tiempo sea inferior al límite contractual o legal.

La NIC 36, señala que, para el cálculo de la pérdida por deterioro, se debe llevar dentro de la información a presentar siempre y cuando concurra algún indicio de la existencia de una pérdida por deterioro. Los indicios pueden agruparse bajo el apartado de causas intrínsecas y extrínsecas al propio elemento de activo. Entre los factores intrínsecos, cabe señalar que:

1. Que se trate de un activo intangible, que no sea posible establecer una vida útil limitada;

2. De un activo intangible que no esté disponible para su uso (Otal & Serrano, 2006)

De acuerdo con la normatividad vigente, el reconocimiento de una pérdida de valor por deterioro en un producto cinematográfico no es necesaria la realización de ningún supuesto acerca de la eventual recuperabilidad o no de dicha pérdida. La reversión de una pérdida por deterioro previamente reconocida exige la reversión de las condiciones que determinaron el nacimiento de esta, no pudiendo resultar la reversión de una pérdida por deterioro como consecuencia de la relajación del descuento, es decir, el efecto financiero derivado del paso del tiempo. El período de amortización y el método de amortización deben revisarse al menos anualmente al cierre de cada ejercicio. Además, el activo intangible debe someterse a pruebas de deterioro de acuerdo a la NIC 36 (IFRS Foundation, 2015).

La amortización de activos intangibles es muy compleja, con respecto a esto (Aferro 2012) en su artículo sobre amortización y valor residual del activo intangibles, opina:

El método de amortización consiste en: Distribuir el importe depreciable, de forma metódica durante la vida útil.

El cargo de amortizado constituye un gasto del período contable, a menos que otras secciones lo requiera que se reconozca como parte del costo de un activo.

La amortización comenzará cuando el activo intangible está disponible para su utilización, en el caso de las películas podríamos hablar de que estas se empiezan a amortizar cuando ya estén en exhibición.

La amortización cesa cuando el activo se da de baja en las cuentas reales o de balance. La entidad elegirá un método de acuerdo a las expectativas de consumo de los beneficios de forma fiable.

Lo importante a resaltar en este análisis, es que los activos intangibles, que son los productos que dan valor a las empresas cinematográficas, son amortizables. Es decir, en un inicio se registran al costo, menos la amortización acumulada y las pérdidas por deterioro acumuladas, esto es un tema de números, aunque el deterioro no se dé. Adicionalmente, se

amortizan a lo largo de la vida estimada empleando el método lineal, así que, en ese orden de ideas, las empresas productoras de cine deben producir continuamente productos cinematográficos, para al menos mantener sus activos en un valor estable y poder progresar.

4.7 Limitaciones para revelar un activo intangible

Día a día es necesaria hacer la revelación de información contable requerida, donde debe ser confiable, comparable, útil para una buena toma de decisiones, contando con el Principio V sobre Gobiernos Corporativos formulados por la Organización para Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2004). Dicho principio establece que toda información debe ser elaborada y conocida con arreglo a normas de alta calidad en materia de contabilidad y revelación de información financiera y no financiera. La importancia del cumplimiento de estos requisitos se debe a que el Foro de Estabilidad Financiera (organismo que persigue generar mejoras en el funcionamiento de los mercados financieros y reducción del riesgo sistémico) tiene incorporados, en el compendio de normas, los principios de la OCDE como una de las doce áreas de normas claves para tener sistemas financieros sanos.

El principal objetivo de las revelaciones de acuerdo a las características cualitativas de la información financiera en el marco conceptual IASB, brindar información financiera sobre la entidad que sea útil a los inversores, prestamistas y otros usuarios de dicha información. Dentro de la NIC 38, en el párrafo 118, establece que la información de la empresa a revelar debe ser:

- Si las vidas útiles son indefinidas o finitas y, en este caso, las vidas útiles o los porcentajes de amortizaciones utilizados. Dentro de las NIIF Pymes (IFRS Foundation, 2015), establece que no es permitido el uso de vida útil indefinida y si la vida útil de un activo intangible no es fiable, se debe determinar sobre la base de la mejor estimación de la gerencia y no debe exceder a diez años.
- Tener en cuenta los métodos de amortización que deben ser utilizados para los activos intangibles con vidas útiles finitas.
- Llevar el importe en libros bruto y la amortización acumulada, como al principio como al final de cada periodo.

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

- La partida o partidas del estado de resultado integral, en donde está incluida la amortización de los activos intangibles.
- Una conciliación entre los importes en libros al principio y al final del periodo sobre el que se informa y se muestre en forma separada.
- Los incrementos con indicación separada de los que procedan de desarrollos internos, aquellos adquiridos por separado y los adquiridos en combinaciones de negocio.
- Los activos clasificados como mantenidos para la venta.
- Los incrementos y decrementos, durante el periodo procedentes de revaluaciones.
- Las pérdidas por deterioro de valor reconocidas, en el periodo aplicado.
- El importe de la amortización reconocida durante el periodo.

Según el marco general, como se puede observar las NIIF, solo requieren revelaciones limitadas en las notas adjuntas que en su mayoría se relacionan con detalles adicionales sobre los activos intangibles que ya están reconocidos en el balance general. Sin embargo, la información sobre los activos intangibles no reconocidos o sobre otros valores intangibles que no cumplen con los requisitos de los activos no se informa más.

Cabe destacar que en el acuerdo al Instituto Nacional de Contadores Públicos (INCP) desde la práctica, hay empresas que no les gusta que se revelen ciertos asuntos y hay otras que es de gran desinterés. Con las normas internacionales, se está dando el cambio y tanto la administración como los contadores responsables participan en la preparación de los estados financieros y sus revelaciones. El hacer revelaciones en esta clase de activos con las limitaciones que se presentan, tienen consecuencias como el del temor de los empresarios de desnudar sus estrategias de desarrollo futuro.

Los activos intangibles contribuyen a la creación de ventajas competitivas en las empresas, por tanto, deben ser revelados. Estas ventajas están asociadas a ciertas características inherentes a estos activos, entre las que destacan: Su dificultad para ser adquiridos a través del mercado, fortalecen la posición de la empresa en el mercado de productos, y representa una garantía para los acreedores siempre que la información financiera aportada sobre intangibles sea verídica y objetiva ésta influirá positivamente en

las decisiones de concesión de crédito por los acreedores como también a que los inversores vean con optimismo las ventajas económicas que trae esta clase de industria.

4.8 ¿Las películas pueden ser catalogadas como activos intangibles según el marco regulatorio IASB?

La norma internacional no establece una lista de los elementos que se pueden definir como activos intangibles, pero en el párrafo 9 (NIC 38, 2014), señala a las películas como partidas que están comprendidas dentro de la amplia denominación de activos intangibles, pero después en el párrafo 10 (NIC 38, 2014), se vuelve a dejar a las películas en un limbo normativo porque señala que no todos los activos descritos en el párrafo 9 cumplen la definición de activo intangible, esto es, identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros, y es en este último donde se podría pensar que las películas no pueden ser catalogadas como activo debido a que no hay fórmula para establecer el éxito de una película.

También genera confusión el párrafo 4 (NIC 38, 2014) porque el marco normativo aclara que algunos activos intangibles pueden estar contenidos en, o contener, un soporte de naturaleza o apariencia física, como es el caso de un disco compacto (en el caso de programas informáticos), de documentación legal (en el caso de una licencia o patente) o de una película, además el párrafo 6 (NIC 38, 2014) menciona que los derechos de concesión o licencia para productos tales como películas, grabaciones en vídeo, obras de teatro, manuscritos, patentes y derechos reprográficos están excluidos del alcance de la NIC 17, pero están dentro del alcance de la NIC 38.

Otro limitante que tiene las películas en la norma internacional, es que ésta no permite la capitalización dentro de la etapa de investigación, sólo permite llevar los desembolsos surgidos en la fase de desarrollo como un activo intangible, siempre y cuando se cumplan determinados requisitos que impone la norma para su capitalización (NIC 38, 2014, párr. 57), mientras los desembolsos relacionados con la investigación deben ser llevados al estado de resultados; la razón es que, en la fase de investigación de un proyecto, es difícil para la empresa demostrar la posible generación de beneficios económicos. Aun cuando para las

Marco teórico: Activo intangible definición, regulación, características y limitaciones

empresas culturales o creativas estas son las fases cruciales, y es en donde se desborda toda la capacidad creativa de los creadores de contenido.

Por consiguiente, se podría pensar que las productoras de cine no tienen oportunidad para capitalizar los valores invertidos en sus proyectos, solo podrían capitalizar los derechos de autor que tienen sobre estos, pero esto solo ocurre cuando la película está finalizada.

Este capítulo define el término de *activo intangible*, su clasificación y características; así mismo todo lo relacionado a su regulación e identifica las limitaciones en el reconocimiento, valoración y revelación, adicional señala porque una película es catalogada por el IASB como un activo intangible. Todo lo anterior tiene como objetivo servir de preámbulo para el siguiente capítulo *caso de estudio* para que se pueda comparar el marco teórico con la práctica contable.

5. Caso de estudio

5.1 Análisis de resultados

La compañía caso de estudio fue Fundada en 2006, y se ha consolidado en una de las productoras líderes en Iberoamérica con presencia física y operativa en Bogotá, Ciudad de México, Madrid y Nueva York. Su visión es el desarrollo y la producción de contenido premium para los jugadores líderes en la industria. A la fecha ha producido: más de 30 largometrajes, 10 series y 9 contenidos de otros formatos. En este capítulo se realizará una descripción de los hallazgos encontrados en los estados financieros años 2015 y 2016 de esta compañía, de las políticas contables y de la información financiera de dos proyectos cinematográficos de esta productora de cine.

Los resultados del análisis de la información financiera de la productora caso de estudio se ordenaron en las siguientes categorías:

- Reconocimiento
- Medición
- Revelación

En este orden de ideas, el trabajo se abordará de la siguiente forma:

1. Se expone las posibles problemáticas de reconocimiento que tiene este activo intangible.
2. Se señala en que costos se incurrieron para la elaboración de la película en sus diferentes fases de producción cinematográfica y cómo se reconoció este costo en los estados financieros.
3. Se describe las principales fuentes de ingresos percibidos cuando la película termina su etapa de post- producción, y empieza su etapa de exhibición hasta el año 2016, fecha del corte para la realización de este estudio, se hace la salvedad del periodo porque después de éste la película puede continuar obteniendo ingresos.

4. Se establece la forma de revelación de los valores de los activos intangibles de acuerdo con el actual marco regulatorio contable.

5.2 Reconocimiento del activo intangible bajo modelo IASB

Es fundamental para el concepto de capitalización de costo cumplir con la definición de un activo, en este caso, la película debe ser un recurso:

- (a) Controlado por una entidad como resultado de eventos pasados; y
- (b) de los cuales se espera que los beneficios económicos futuros fluyan a la entidad

Sin embargo, de acuerdo con el marco conceptual para la información financiera emitido por el IASB en el 2018, si existe incertidumbre por la poca probabilidad de beneficios económicos y un excepcionalmente amplio rango de posibles desenlaces, puede significar que el reconocimiento de un activo, necesariamente medido por un importe único, no proporcionaría información relevante. Se reconozca o no el activo, puede ser necesario proporcionar en los estados financieros información explicativa sobre las incertidumbres asociadas con ello (IFRS, Foundation., 2018).

Según lo analizado en los estados de situación financiera comparativos del año 2015 y 2016 los cuales fueron suministrados por la compañía caso de estudio, los activos intangibles son mínimos comparados con otra clase de activos y es porque sólo se capitalizan los guiones comprados a terceros y no son desarrollados internamente cumpliendo con lo estipulado en la sección 18 de NIIF para Pymes.

GRUPO EMPRESARIAL
Xxxxxxx
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016
(Cifras expresadas en miles de pesos)

ACTIVO	DICIEMBRE 31 DE 2016	DICIEMBRE 31 DE 2015
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	10.408.096	5.766.654
Cuentas Comerciales por Cobrar y Otras Cuentas por Cobrar	7.833.996	19.360.622
Inventarios	3.120.492	150.897
Activo por Impuestos Corrientes	793.414	580.695
Otros Activos Financieros	14.843.298	181.793
Otros Activos no financieros	367.206	52.212
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	37.366.502	26.092.873
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad, Planta y Equipo	249.899	53.197
Activos intangibles distintos de la plusvalía	46.864	24.013
Activo por Impuestos Diferidos	105.296	-
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTE	402.059	77.210

Pero esto no significa que las erogaciones de dinero utilizadas en la realización de la película lleguen al resultado del periodo, Todas estos desembolsos son capitalizados en la sección de inventarios dentro de los activos de la empresa, lo que implica que no se mostrara como un gasto del periodo todo el dinero invertido en los proyectos que se encuentran en las etapas de desarrollo, preproducción y producción, porque para la compañía todas estas salidas de dinero son necesarias para producir su actividad económica, y aunque las películas sean catalogadas por IASB como intangibles, la compañía las clasifica como inventarios, porque no se puedan encasillar como intangibles por los limitantes existentes en la norma.

GRUPO EMPRESARIAL

Xxxxxxx

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

(Cifras expresadas en miles de pesos)

ACTIVO	DICIEMBRE 31 DE 2016	DICIEMBRE 31 DE 2015
ACTIVO CORRIENTE		
Inventarios	3.120.492	150.897
Otros Activos no financieros	367.206	52.212

La visión teórica de esta clasificación es que el desarrollo y la producción cinematográfica, aunque generalmente recaen de forma más natural en la sección 18 de las NIIF para Pymes, debido a que la empresa tiene una producción contenida en la parte intangible y el productor conserva los derechos de propiedad intelectual, no deja de ser un producto, el cual se puede dar a la venta de un tercero externo. Asumiendo que sea un inventario, de acuerdo con la sección 13 de NIIF para PYME, estos productos son poseídos para ser vendidos en el curso normal de la explotación (Fundación IFRS, 2015), además es una alternativa para cualquier productora de cine que quiera capitalizar las erogaciones de dinero ante la limitante existente en la regulación contable para Pymes, sin embargo se debe aclarar que estos tienen tratamientos contables diferentes.

El limitante, por considerar las películas como inventario, es que el costo se llevara al resultado al momento de la exhibición de la película y sí está sigue teniendo beneficios futuros en otras ventanas de exhibición los ingresos no tendrán un costo asociado a ellos. También los derechos sobre estos productos cinematográficos que tienen los inversores no se verán reflejados en el estado de la situación financiera de la compañía.

Además, con solo clasificar las películas como inventarios la compañía no resuelve todo el problema, porque existen muchas limitaciones de reconocimiento de elementos intangibles importantes a la hora de realizar una obra cinematográfica como son: talento, creatividad, innovación, popularidad, entre otros que, por su naturaleza, difícilmente pueden transmitirse sin vender la empresa donde se desarrollan, ya que son inherentes a su organización, la operación y desarrollo de sus productos, la contabilidad no muestra el valor que tiene la compañía.

5.3 Etapa de investigación y desarrollo

En la realidad, crear y desarrollar un guion no tiene un tiempo establecido, todo depende de lo que el productor busque con el filme y en qué mercado quiera incursionar. Por ejemplo, una productora como Dago García producciones² crea productos cinematográficos populares y busca sacar rápidamente nuevos productos al mercado, por tanto, sus etapas de preproducción y desarrollos son diferentes. Comparado al caso de Cristina Gallego, productora de la película *El abrazo de la serpiente* (2015), que le apostó a una trama más elaborada, la cual fue bien recibida tanto por la crítica colombiana como internacional (haciéndola merecedora de una nominación a los premios Oscar en la categoría de mejor película en idioma extranjero), la cual fue una producción que tardó años en realizar. Por esto la importancia de reconocer estos valores invertidos en las etapas de investigación y desarrollo en clase de empresas.

En la compañía caso de estudio se analizaron dos obras, en las cuales a la más exitosa el tiempo de desarrollo y preproducción le tomó dos años y a la menos exitosa le tomó tres años estas etapas. Las etapas de producción y post- producción son etapas cortas, porque si el guion está aprobado para ser rodado, locaciones y talento escogidos, lo único que queda

² Productora de Cine y TV, está radicada en Bogotá, Colombia. Creada por Darío Armando García y Juan Carlos Vásquez en 1995. Esta es una empresa Colombiana que ha logrado desde 1999 producir y estrenar una película anualmente, logrando en cada una de estas recuperar la totalidad de la inversión, y consolidándose así en el mercado por realizar filmes de importante calidad técnica, enfocadas al género comedia y al público en general.

es producir, en el caso de estudio la realización de las obras tomó aproximadamente cuatro meses y la post- producción aproximadamente tres meses.

Tabla 2

Costos Distribuidos por etapas de producción

ETAPAS	DESARROLLO Y PRE PRODUCCION	PRODUCCION	POST PRODUCCION
PRODUCCION MAS EXITOSA	Guion (\$ 35 Millones)	Personal de logística (\$250 Millones)	Laboratorios (\$110 Millones)
	Material y equipo (\$30 Millones)	Rodaje (\$ 770 Millones)	Edición (\$ 90 Millones)
	Scouting (\$ 65 Millones)		
PRODUCCION MENOS EXITOSA	Guion (\$ 70 Millones)	Personal de logística (\$300 Millones)	Laboratorios (\$150 Millones)
	Material y equipo (\$70 Millones)	Rodaje (\$ 1.600 Millones)	Edición (\$ 60 Millones)
	Scouting (\$ 50 Millones)		

Fuente: Elaboración propia, basada en cifras financieras suministradas por la compañía caso de estudio

Las etapas de investigación, desarrollo y preproducción son trascendentales en la realización de una producción de cinematográfica porque es en estas fases que se efectúa la indagación del tema, la selección de la historia y creación del guion. Pero de acuerdo con la sección 18 de las NIIF para Pymes estas erogaciones de dinero no se permiten capitalizar, aun cuando es una etapa clave para establecer la viabilidad financiera de la película debido a que en el cine encontrar una buena historia que nadie haya contado antes es un elemento que contribuirá en mayor medida al proceso de creación de valor de la obra cinematográfica. Ante esto es importante recordar lo que William Asher, director, productor y guionista de cine y

televisión estadounidense afirmaba, “con un buen guion podrías hacer una buena o mala película, pero que con un mal guion sólo habrá una cosa garantizada: una mala película”.

La realización de un buen guion es un insumo importante en la producción de una película y con este se garantiza los beneficios económicos futuros, pero la regulación contable para pequeñas y medianas empresas obliga a que los desembolsos que se utilicen en el desarrollo interno de estos deben ser registrados como gasto en el período que se incurren, aun cuando el desarrollo de un guion puede tomar años.

De acuerdo a lo establecido en las NIIF para Pymes, dentro del párrafo de 18.14, advierte que una entidad reconocerá el desembolso incurrido internamente en una partida intangible como un gasto, incluyendo todos los desembolsos de desarrollo (Fundación IFRS, 2015).

En todo caso, las NIIF no hacen una guía específica para la industria cinematográfica, por lo tanto, en la práctica de acuerdo con lo observado en la empresa caso de estudio, la aplicación de las normas relevantes requiere una consideración cuidadosa de los hechos y circunstancias específicos.

Según la sección 13 de NIIF para Pymes, Inventarios, definidos como activos mantenidos para la venta o en el proceso de producción o para ser consumidos en ese proceso, los costos de inventario se capitalizan una vez que se cumplen los criterios generales de los activos:

- La entidad tiene el control del inventario.
- El inventario generará probables beneficios económicos futuros.
- La capacidad de medir confiablemente el gasto atribuible al activo durante su desarrollo.

Con lo anterior, señala que los criterios de capitalización según la sección 18 y la sección 13 son similares, pero no idénticos, y según lo establecido en el alcance de la sección de inventarios la NIIF para Pymes será de aplicación a todas las existencias, excepto a:

- (a) la obra en curso, proveniente de contratos de construcción, incluyendo los contratos de servicio directamente relacionados;
- (b) los instrumentos financieros;
- (c) los activos biológicos relacionados con la actividad agrícola y productos agrícolas en el punto de cosecha o recolección (IFRS Foundation, 2015).

Es preciso apreciar que no hay ninguna limitante para que la compañía caso de estudio capitalice los costos de desarrollo de contenido en esta sección, haciendo salvedad en que no cumple con la premisa fundamental bajo ambos estándares y que la definición de intangible hace la diferencia. También que cuando las producciones o películas se exhiban la entidad reconoce el importe en libros como un gasto en el periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos, además, que esta sección no brinda solución para que la compañía pueda registrar los derechos de autor de sus producciones en su estado de situación financiera.

Es necesario tener un juicio para determinar qué norma aplicar, si se quiere capitalizar el desarrollo de la película y los costos de producción y, en caso afirmativo, cuándo y cuáles. Estos juicios pueden tener un impacto significativo tanto en el resultado de operacional, como en el resultado antes de impuestos de la productora de cine.

5.4 Beneficios económicos

Antes de desarrollar este punto es importante aclarar que los beneficios económicos de estas producciones fueron analizados hasta el año 2016, pero en la actualidad o a futuro estos productos cinematográficos, por la Ley de derechos de autor, pueden seguir siendo explotados en las diferentes ventanas que tiene la distribución de estos.

De acuerdo con lo observado y analizado en los proyectos realizados por la empresa caso de estudio, las cifras de taquilla e información permite señalar algunos patrones dentro de una película, obtenga un mayor número de espectadores que otras. Sin embargo, es importante aclarar que de acuerdo a lo manifestado por el Ministerio de Cultura no hay una fórmula infalible para garantizar una taquilla alta para una película (2016), pero se puede llegar a una identificación de las posibles características que parecen haber funcionado en estos dos proyectos caso de estudio. Entre ellas se destacan el que se aborde una historia universal y reconocida, con un tema innovador que ninguna otra producción haya presentado que el casting sea bueno y tenga reconocimiento local; que en la etapa de postproducción la película quede con calidad técnica; y que tenga publicidad en canales de televisión.

Tabla 3

Comparación entre obras cinematográficas del caso de estudio

PELICULA	MAS EXITOSA	MENOS EXITOSA
AÑO	2007	2008
GENERO	Drama	Terror
COSTO DE LA PRODUCCION*	\$1.350 Millones	\$2. 300 Millones
NACIONALIDAD DEL TALENTO	Local y extranjero	Local
INGRESOS POR TAQUILLA	493 Millones	159 Millones
INGRESOS POR CERTIFICACIONES DE INVERSION ENTREGADAS POR FDC	\$2.338 Millones	\$1.243 Millones
INGRESO POR PREMIOS POR FESTIVALES	\$370 Millones	Ninguno
VENTAS DE DVD hasta 2016	\$12 Millones	\$2 Millones
VENTAS INTERNACIONALES hasta 2016	\$150 Millones	\$42 Millones

. * Desde el desarrollo hasta la post- producción de la película.

Fuente: Elaboración propia, basada en cifras financieras suministradas por la compañía caso de estudio.

También se puede apreciar en el análisis del caso de estudio, que las convocatorias del FDC hacen parte de los mecanismos de la Ley de Cine para fomentar la actividad

cinematográfica en Colombia. Por medio de éstas se otorgan estímulos a diferentes etapas del desarrollo de los proyectos cinematográficos, que van desde la escritura del guion para largometraje de ficción, la investigación para largometraje documental y la producción y desarrollo de largometrajes, hasta la postproducción de largometrajes, realización de documentales y realización de cortometrajes (Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, 2017).

El análisis de las cifras de los proyectos deja ver que los estímulos de las Convocatorias son fundamentales para garantizar una parte de la recuperación y para respaldar los proyectos a la hora de concursar por otros premios. En las producciones caso de estudio el periodo para recibir estos valores abarco de dos a tres años, pero se debe tener en cuenta que los estímulos no necesariamente se adjudican a todas las películas que salen al público.

La industria del cine tiene como característica principal la incertidumbre de los beneficios económicos futuros, pero ¿qué otra clase de negocio no los tiene? Sin embargo, las producciones analizadas, siempre realizaron una estimación de los flujos de efectivo futuros esperados antes del lanzamiento de la película y los flujos de efectivo y egresos esperados una vez lanzada la película. Aunque persiste la duda de acuerdo a la normatividad contable para Pymes, esta información es suficiente para que los productos intangibles puedan ser catalogados como activos.

5.5 Medición inicial y posterior

Las producciones cinematográficas de acuerdo con el marco teórico emitido por el IASB se deben medir en forma inicial al costo. De acuerdo a lo observado en los proyectos del caso de estudio, los costos de película capitalizados incluyen:

- Mano de obra directa: actores, equipo de filmación, seguridad
- Costos de producción: edición, efectos visuales
- Costos generales de producción: alquiler de estudio, vestuario, servicio de comidas

- Costos administrativos relacionados con la producción: Seguros.

Los costos de venta, promoción y comercialización siempre se llevan a resultados. Aunque estos gastos están destinados a generar beneficios económicos futuros, estos no son separables del desarrollo comercial general y no cumplen con la definición de activo. Del mismo modo, los costos incurridos como resultado de las ventas (por ejemplo, los actores principales que participan en una parte de los ingresos o ganancias de la película) también suelen reconocerse como gastos cuando se obtienen los ingresos.

La valoración posterior, una vez contabilizada en el momento del reconocimiento inicial, recordando que el activo intangible en la productora de cine son los guiones adquiridos, se valora por su costo menos la amortización acumulada, deduciendo así las correcciones de valor debidas al deterioro. Por tanto, no es posible realizar a posteriori ninguna revalorización de activos intangibles.

Los activos intangibles, que la compañía caso de estudio reconoció como inventarios en su estado financiero son llevados al resultado al momento en que se termina la exhibición del producto en sala de cine en Colombia, cualquier otro beneficio futuro se reconoce como un ingreso de periodos anteriores.

5.6 Vida útil y deterioro

La vida útil de las producciones cinematográficas en Colombia debe estar determinadas de acuerdo con la regulación en la Ley 23 de 1982, con base en los derechos de autor, donde el productor tiene derechos patrimoniales dependiendo su clasificación jurídica, en esta cuestión por ser la empresa caso de estudio catalogada persona jurídica en el país, tiene la protección y el derecho de explotación por cincuenta (50) años desde la realización de la obra. Pero obedeciendo así a la regulación dentro del marco teórico de las NIIF para Pymes; la vida útil de los activos intangibles por política contable será por diez años, solo si son intangibles adquiridos no desarrollados internamente, por esta razón es que la compañía caso de estudio registra todas las producciones realizadas como inventario, porque, aunque las catalogara como intangibles por ser producciones desarrolladas al interior

de la compañía no se pueden capitalizar según la sección 18. Por tanto, en la política contable de la productora caso de estudio no se contempla vida útil para sus producciones.

La empresa estudio de caso, aplica el deterioro al valor de sus obras cinematográficas de acuerdo con la sección 13 de inventarios, esto significa que la entidad evalúa al final de cada periodo sobre el que se informa si los inventarios están deteriorados, es decir, si el importe en libros no es totalmente recuperable. Si una partida (o grupos de partidas) de inventario está deteriorada esos párrafos requieren que la entidad mida el inventario a su precio de venta menos los costos de terminación y venta y que reconozca una pérdida por deterioro de valor.

Los indicadores de deterioro pueden ser externos o internos. En los proyectos examinados contienen estas características:

- Un cambio adverso en el rendimiento esperado de una película antes del lanzamiento
- Costos reales que superan sustancialmente los costos presupuestados
- Demoras sustanciales en los calendarios de finalización o liberación
- Cambios en los planes de lanzamiento, como una reducción en el patrón de lanzamiento inicial.

El deterioro generalmente ocurre cuando hay un cambio adverso en el rendimiento esperado de una película antes de la publicación. Tales cambios adversos típicamente están asociados con:

- Costos de película que han excedido significativamente las cantidades presupuestadas.
- Condiciones de mercado para la película que han cambiado significativamente debido al tiempo de estreno u otras condiciones económicas.
- Proyección, mercadeo u otras actividades similares que sugieren el desempeño de la película será significativamente diferente de las expectativas previas.
- Un cambio significativo en el plan y estrategia de lanzamiento de la película.

- Otras condiciones de mercado observables, como las asociadas con películas recientes similares en el mercado, que indican una reducción de valor pueden ser necesarias.

5.7 Revelaciones

De acuerdo con lo observado, la empresa caso de estudio no realiza revelación de los proyectos que en la actualidad está desarrollando en detalle, debido, en primera medida, a la posibilidad que las empresas competencia copien el tema en que están trabajando, además es de recordar que las inversiones en intangibles son generalmente mayores en las primeras etapas del proceso de innovación, por tanto hay un riesgo elevado asociado y se puede decir que los inversionistas tienen un determinado nivel aversión al riesgo (Lev, 2003).

Como se ha mencionado desde el inicio del capítulo, la compañía caso de estudio registra las producciones que se crean y desarrollan al interior de la compañía según lo definido en la sección de inventarios de las NIIF para Pymes. Respecto a los guiones comprados considerados como activos intangibles en los estados financieros, la productora solo revela una cifra global, nunca mencionan nombres de las obras, ni autores, esto es conservado por la gerencia de la compañía como confidencial.

De acuerdo con lo definido por el regulador en materia de revelación, a continuación, se hace una comparación entre las notas a los estados financieros de la compañía, con lo establecido en la sección de inventarios para Pymes, para determinar si esta cumple con el estándar:

Tabla 4

Comparación notas a los estados financieros años 2015-2016 e información a revelar según la sección 13 NIIF para Pymes.

Información a revelar según sección 13 de NIIF para Pymes:	¿Se revela?	Observaciones
a) Las políticas contables adoptadas para la medición de los inventarios, incluyendo la fórmula de costos utilizada.	si	Informa que erogaciones de dinero utilizado de acuerdo a la clasificación del inventario
b) El importe en libros total de los inventarios y el importe en libros en clasificaciones apropiadas para la entidad.	si	Se clasifica las producciones cinematográficas como productos en desarrollo o producciones terminadas pendientes de exhibición
c) El importe de los inventarios reconocido como gasto durante el periodo	no	Cuando la producción es exhibida o vendida esta se lleva al costo.
d) Las pérdidas por deterioro del valor reconocidas o revertidas en el resultado, de acuerdo con la Sección 27	si	Cuando hay un evento o algún cambio en una circunstancia que indica el valor en libros de los costos de la película no amortizada puede exceder su monto recuperable.
e) El importe total en libros de los inventarios pignorados en garantía del cumplimiento de deudas.	N/A	

Fuente: Elaboración propia, basada en la sección 13 de NIIF para Pymes y notas a los estados financieros compañía caso de estudio.

Se puede entender que dentro del marco teórico IASB, en la NIC 1, establece los requerimientos de información a revelar para transacciones y otros sucesos, pero en la práctica se puede concluir que el costo de no revelar adecuadamente se encuentra en conflicto con la estrategia de negocio, porque el directivo de la productora de cine quiere parecer lo más rentable y exitoso posible a los ojos de los inversores potenciales, pero lo que no quiere es transmitir información relevante que pueda ser utilizada por sus competidores.

5.8 Limitaciones al no capitalizar los gastos en que incurre la creación de una película.

Después de todo el análisis de la normatividad contable realizada en los anteriores capítulos queda claro que las pequeñas y medianas empresas no tienen la oportunidad de

reconocer como activo intangible los derechos de explotación fruto de la producción de sus películas, y que, mucho menos, tienen opción que estos tengan una vida útil superior a diez años, aun cuando la ley de derechos de autor les da potestad de explotarlos por cincuenta años.

Con el tratamiento contable que la compañía caso de estudio da a sus producciones cinematográficas, al capitalizar éstas como inventario tampoco les da la opción de explotar los derechos de autor, porque cuando los inventarios se venden, la entidad reconoce el importe en libros de éstos como un gasto del periodo y los derechos que tienen de sus producciones no quedan registrados en sus activos.

La creación, investigación y desarrollo de una idea que será llevada a rodaje, toma años, por tanto, si las pequeñas y medianas empresas productoras de cine llevaran estos desembolsos como gastos del periodo, tal como lo indica el marco normativo, entonces en sus primeros años mostraría pérdidas del ejercicio. Por lo tanto, se pondría en duda la continuidad de la entidad, porque al no ser rentables el acceso a fuentes de financiamiento será limitado. Esta situación provocará un desvío en la marcha de la empresa o dejará ver en un futuro inmediato problemas de continuidad del negocio, desconociendo el potencial que tiene la entidad para seguir innovando en el futuro.

En la medida en que el éxito de sus inversiones en nuevos proyectos aumente, se crearán nuevas historias y las empresas se verán fortalecidas, porque los nuevos contenidos instaurarán ventajas competitivas no solo a nivel local, sino internacional, logrando la sostenibilidad y reconocimiento de las productoras en el largo plazo.

Pero también existe la posibilidad que, al reconocer estos gastos como activos, se sobrevaloren los mismos; es posible que la compañía no realice un deterioro del valor acorde a la dinámica del mercado, dado que no siempre las películas ganan todas las convocatorias del FDC, ni tienen acceso a todas las ventanas de distribución internacionales y, más importante aún, dado que no hay una fórmula infalible para garantizar una taquilla.

En conclusión, las empresas deben dar más información acerca de sus inversiones en intangibles, con el fin de atenuar las diferentes consecuencias negativas derivadas de su tratamiento contable. Aunque el interés del el IASB como regulador global es estandarizar las normas, es importante que el regulador local revise y modifique las reglas para el tratamiento de intangibles, pero encaminados a crear normatividad diferente a cada actividad económica y en particular a esta clase de economía, que si bien crean un producto este además tiene elementos intangibles que no se pueden reconocer sino hasta la venta de la firma. Asimismo, las normas deben proporcionar una orientación más detallada sobre la divulgación de información útil y mayor divulgación de la información sobre intangibles.

5.9 Limitaciones al no reconocer elementos intangibles del producto cinematográfico.

Autores como Barth, Beaver y Landsman (2001) han culpado la pérdida de relevancia valorativa de la información contable a través del tiempo a la falta de reflejo en los balances de las inversiones en intangibles, principalmente, de aquellos autogenerados, que son los que quedarían englobados dentro del concepto de activo intangible. En la industria del cine los elementos intangibles, como creatividad, talento, prescripción, innovación y popularidad, quedan por fuera de los estados financieros, solo se pueden capitalizar los costos incurridos para la producción de la película, y esto genera una importante limitación de los sistemas contables para capturar el valor de las organizaciones. En tanto que no se vinculan los factores que resultan clave para el logro de ventajas competitivas por parte de las empresas y que, por tanto, resultan fundamentales para su valoración.

Barth, Beaver y Landsman (2001), analizaron las limitaciones de estos activos en el proceso de emisión de normas contables, mostrando la importancia de esas investigaciones en el referido proceso. Los resultados de las investigaciones sobre relevancia valorativa proporcionan una base sólida para decidir qué información debe ser incluida en los estados financieros con el fin de incrementar su utilidad para los usuarios de los mismos. Tal como señalan Cañibano, García y Sánchez (1999):

“La evidencia aportada por investigaciones de esa naturaleza puede ser de gran ayuda para los organismos emisores de normas contables, ya que constituye uno de los inputs básicos para la mejora del modelo contable actual mediante la elaboración de nuevas normas de contabilidad financiera” (pág.74).

5.10 Alternativas ante las limitaciones identificadas

Ante las dificultades mencionadas a lo largo del análisis de los resultados obtenidos con la aplicación del estudio de caso de la empresa productora cinematográfica, es posible aproximarse a mejores formas de representación y tratamientos contables más relevantes, fiables y que expresen la imagen fiel de la compañía.

Tal como ha sido resaltado a lo largo del análisis, los activos intangibles son mínimos en comparación con otro tipo de activos; en el caso específico de los guiones, los cuales solamente son capitalizados cuando son comprados a terceros y no cuando han sido desarrollados internamente. Ante esto, es importante resaltar que la normativa contable de Estados Unidos ha avanzado significativamente en lo que tiene que ver con la capitalización de activos intangibles: en relación con la industria audiovisual existe el Financial Accounting Standards, FAS 139, el cual aplica para todo tipo de películas, especiales y series de televisión y producciones similares. Las técnicas que introduce esta normatividad, y su más reciente actualización, la Statement of Position 00-2, dictada por la Accounting by Producer and Distributors of Films (AICPA), tienen como objetivo “codificar la práctica del reconocimiento de ingresos, clasificar los costos y estimar el desempeño futuro” (Nario, Negrin y Rosales, 2009, pág. 73). De acuerdo con lo establecido por esta normatividad, los costos de la película contemplan los costos de guion, de manera que hacen parte de la capitalización de los costos de la película. Respecto al modo como se calculan dichos costos, es necesario que se establezcan indicadores con base en los diferentes sistemas que registran, recolectan y codifican la información sobre el sector de la industria cinematográfica en el país, tales como el CSC con apoyo del Convenio Andrés Bello, el SIREC del Ministerio de Cultural o Proimágenes Colombia.

Se considera un aporte importante el realizado por Nario, Negrin y Rosales (2009) respecto a la manera como utilizar las NIIF para Pymes en beneficio del tipo de empresas como lo son las productoras cinematográficas, en tanto que proponen utilizar la NIC 11 como referencia para el reconocimiento de ingresos y gastos. De esta manera se plantea asimilar la producción de una película con el desarrollo de una obra en construcción. Se considera importante este aporte como alternativa en tanto que, al asumir la producción cinematográfica como ha sido indicado, dicha producción se puede contabilizar de acuerdo con la fecha en la que inicia y en la que termina, los cuales son periodos largos –como fue demostrado en el caso estudiado– y se dan en diferentes periodos contables. De esta manera es posible distribuir los ingresos ordinarios y los costos que cada uno de estos genere a lo largo del tiempo que duren los contratos.

La amortización, que es uno de los aspectos más complejos a establecer para una producción cinematográfica, según la normatividad estadounidense, se realiza por medio de un método que se aplica de manera individual para cada película. Este método consiste en que se aplica una ratio que relacione ingresos del periodo actual con el estimado de los ingresos aun no reconocidos de la película. Por lo tanto, la amortización se calcula multiplicando la ratio por los costos de la película que aún no se ha amortizado. Tal como se puede deducir, la revisión de las estimaciones es fundamental para cerrar el proceso. Según explican Nario, Negrin y Rosales (2009):

“Se determinará un nuevo denominador para la ratio, este nuevo ratio se aplicará al importe neto de los costos no amortizados. La diferencia entre la amortización determinada con la nueva ratio y la amortización ya contabilizada debe registrarse como una pérdida o una ganancia del ejercicio económico en el cual se hace la revisión de la estimación” (pág.73).

Las medidas expuestas como alternativas, sin embargo, no están sujetas a marcos fijos ni medidas claramente predecibles, siendo esto una de las características principales de los activos intangibles. Es en este sentido que es válido resaltar la recomendación que hace Pérez (2011) sobre equilibrar los datos “duros” y los datos “blandos” en el proceso de

reconocimiento, medición y revelación de este tipo de activos. Esto implica que la misma normatividad contable se vuelve a una perspectiva en la que la información cuantitativa es solamente una parte de los datos, así como la información cualitativa, que cada día gana más peso en la sociedad de las tecnologías de la información y la comunicación.

Sobre la capitalización de los activos intangibles, también resulta importante revisar nuevamente el aporte realizado por Pérez (2011), quien desarrolla un modelo de capitalización de este tipo de activos el cual aplica para el caso de una compañía de biotecnología la cual maneja una cantidad sustancial de gastos en Investigación y Desarrollo (I+D). Básicamente el proceso inicia con la determinación de vida amortizable de esos gastos (es necesario analizar de qué bases se puede sustentar dicha amortización en el caso de la industria cinematográfica). El segundo paso consiste en el análisis: se recopilan los gastos de producción con datos históricos en el número de años en función de la vida amortizable (para su caso la autora estima la amortización linealmente en el tiempo con vida de 10 años, al 10% cada año). El último paso se trata del ajuste a la utilidad operativa, el cual se hace para demostrar la capitalización de los gastos de producción: se realiza el ajuste sumando los gastos de producción a la utilidad operativa y restando la amortización de los activos en desarrollo, obtenidos en el paso 2.

6. Conclusiones

“La profesión contable y auditora está en crisis. Los desafíos van mucho más allá de la cuestión de lograr la convergencia normativa internacional. Se derivan en parte de la naturaleza de la actividad económica hoy: el mero hecho de que gran parte del valor de las empresas refleje intangibles que no están expresados –por lo menos de una forma precisa o consistente- por los modelos contables vigentes”.

Paul Volcker, presidente de la Fundación del IASC, año 2001.

Desde junio de 2003, fecha en la que se aprueba la Ley del Cine en Colombia, la actividad cinematográfica empezó a renacer en el país, con el objetivo claro de incentivar el desarrollo local de la creación de películas. Asimismo, el gobierno colombiano, con la expedición de la Ley 1834 de 2017, inició una apuesta a la economía creativa, razón por la cual se espera que, en el futuro próximo, los índices de producción cultural en el país muestren un progreso considerable, llevando consigo un crecimiento sostenido a diversos agentes. Así, consecuentemente, el sector económico buscará nuevas o mejores formas de investigar y desarrollar temas para producir nuevos contenidos.

La estandarización internacional contable ha impulsado una dinámica, en los procesos de regulación internacional, que busca la igualdad de los procedimientos contables en el registro, preparación y presentación de los diferentes rubros que componen los estados financieros. Pero dichos rubros presentan en la actualidad discrepancias en sus criterios de reconocimiento, medición y revelación, esto se debe a que no es posible buscar uniformidad en la información financiera cuando la actividad empresarial tiene numerosos ámbitos con diferentes ciclos de negocio. Este es el caso de las empresas culturales, cuyo valor reside en elementos intangibles, y cuyo ciclo de negocio es particular, lo que deja en evidencia el argumento que la contabilidad tradicional no cuenta con las herramientas para reconocer y medir satisfactoriamente las nuevas realidades.

Con el análisis del caso de estudio, se describe como la contabilidad tiene dificultades para determinar el reconocimiento, valoración revelación de los activos intangibles. A

continuación, se mencionarán las principales conclusiones a las que ha arribado con este estudio:

- a) La compañía caso de estudio capitaliza las etapas de creación y desarrollo de contenidos en su estado de situación financiera con la sección de norma internacional para Pymes relativa a los inventarios, pensando que el producto cinematográfico cumple con todas las especificaciones para ser tratado como tal; Se trata de una medida estratégica. Si la compañía usara la sección de la Norma internacional de intangibles (Sección 18) tendría que enviar al resultado del periodo todas las erogaciones de dinero realizadas en estas etapas, mostrando erróneamente la realidad financiera de la compañía y, como consecuencia, traería consigo problemas fiscales y hasta podría pensarse que el negocio entraría en liquidación (hipótesis de negocio en marcha). En sentido estricto se puede concluir que la compañía caso de estudio no cumple con las NIIF.

En consecuencia, en los mercados financieros la falta de información sobre el valor de los intangibles creados en las empresas creativas, puede ser fuente de importantes pérdidas económicas para los usuarios que toman sus decisiones sobre la base de la información financiera publicada en esta clase de industria.

- b) Calcular acertadamente la vida útil de una película no es posible, debido a que, los filmes son reconocidos como inventarios en la compañía caso de estudio por las limitaciones existentes en la norma, por tanto, no son amortizables, el costo del producto cinematográfico es trasladado al resultado al momento de la exhibición, por consiguiente no queda registrado en el activo los derechos de autor, que posiblemente pueden generar beneficios económicos futuros en otras ventanas de exhibición de la película.
- c) Es de resaltar que, aunque los activos intangibles son mínimos en la compañía caso de estudio, (esto se debe a que solo se capitalizan los guiones adquiridos),

estos son amortizables. Es decir, en un inicio se registran al costo, menos la amortización acumulada y las pérdidas por deterioro acumuladas. Estos se amortizan a lo largo de la vida útil estimada por el IASB (10 años) empleando el método lineal.

- d) En lo relativo al criterio de revelación, el gobierno corporativo de la productora de cine caso de estudio no dejar ver en detalle en las notas de sus estados financieros proyectos que está desarrollando, porque se considera estratégico mantener en secreto esta información frente a la competencia. Con esto se puede pensar que la empresa no utiliza la información contable como base para la toma de decisiones. Ahora bien, considerando las limitaciones de la normativa contable, las empresas productoras de cine deberían decidir revelar de forma voluntaria la información financiera de todos sus proyectos.

Otro de los aportes de este trabajo es evidenciar que la vida útil en los proyectos culturales, en este caso los proyectos cinematográficos, debería ser la estipulada bajo la ley de derechos de autor, artículo 26, la cual confiere derechos de explotación por 50 años, considerando que esta duración es su respaldo legal. Infortunadamente, la ley de NIIF para PYME va en contravía de esto, porque la norma estipula que los activos intangibles en este tipo de compañías tendrán una vida útil de 10 años, haciendo la salvedad solo a los adquiridos no a los desarrollados al interior de la compañía.

Podría decirse, según lo analizado, que los estándares internacionales emitidos por el IASB limitan el reconocimiento de la riqueza intangible de las empresas productoras de cine, porque muchas veces los estados financieros, pronunciados según el marco normativo contable NIIF, por sí solos no ayudan a la gerencia a la toma de decisiones. Estos deben ser complementados por informes extracontables, presentaciones específicas de los proyectos a los inversores, y en general, por todos los informes no financieros que permitan mostrar una visión más amplia de las fuentes innovadoras que desarrolla las empresas productoras de cine.

En la medida en que el modelo contable actual no permite expresar apropiadamente en los estados financieros el valor de los intangibles, la gerencia deberá proporcionar a los propietarios del capital, información adicional a la requerida por las normas contables, para permitirles conocer la verdadera situación patrimonial de la compañía y estimar adecuadamente su valor.

Por tanto, se hace imperativo que los reguladores locales piensen en un nuevo marco normativo que incluya en la preparación y presentación de Estados Financiero de las no solo a la información cuantitativa, sino también, a la cualitativa y así validar prospectivos como la Planificación Estratégica, el Cuadro de Mando Integral, la Q de Tobin o el Valor Económico Agregado. Que forjan que la practica contable sea predecible en el largo plazo, logrando que se tenga mayor información atrayente para la financiación y la inversión en este tipo de industria.

Finalmente se plantearon una serie de alternativas ante las principales limitantes identificados. Estas opciones están basadas, principalmente, en estudios que se han aproximado a la reflexión sobre la industria cinematográfica y sus activos intangibles en vista de la manera como deben tratarse contablemente. Se propone la revisión de la normatividad estadounidense, en particular a las Financial Accounting Standars, FAS 139 emitida por el Financial Accounting Standards Board (FASB), que tiene la autoridad de regular e interpretar los principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA) en los Estados Unidos, y es una de las más avanzadas actualmente en este ámbito. Como también identificar dentro de la misma normatividad regulada por IASB, elementos que sirvan en la configuración de la capitalización de las películas y todos los procesos que están vinculados a ellas.

7. Bibliografía

- Afierro. (2012). Amortización y valor residual del activo intangible. Recuperado el 08 de mayo de 2018, de contabilidad y finanzas: www.contabilidadyfinanzas.com
- Arango, M., Pérez, G., & Gil, H. (2008). Propuestas de modelos de gestión del capital intelectual. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52, 105-130.
- Arias, M., & Sánchez, A. (2011). Valuación de activos: una mirada desde las Normas Internacionales de Información Financiera, los estándares internacionales de valuación y el contexto actual colombiano. *Revista Javeriana*, 1-32.
- Baidez González, A., Lorduy Osés, C., & Ramírez Córcoles, Y. (2010). Tratamiento contable de los activos intangibles: una visión internacional. España: Instituto de Contabilidad Ciss Praxis.
- Balcázar, P., González, N., G, G., & Moysén, A. (2010). Investigación cualitativa. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Beceyro, R. (2008). "Sobre el cine documental" en *Manual de Cine*. Rosario, Argentina: Beatriz Viterbo.
- Bertolino, G., Díaz, T., & Suardi, D. (2009). Los costos de investigación y desarrollo: Necesidad de contar con información homogénea. *SaberEs*, 43-61.
- Biondi, Y., & Reberioux, A. (26 de Abril de 2012). The governance of intangibles: Rethinking, financial reporting and the board of directors. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/jaccfor.2012.03.03>

Bibliografía

- Boesso, G., & Kumar, K. (2007). Drivers of corporate voluntary disclosure: a frame work and empirical evidence from Italy and the United States. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 20 (2):, 269-296.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja un oportunidad infinita*. Bogotá: B. I. de Desarrollo, Ed.
- Cabezón, L., & Gómez, F. (1999). *La producción cinematográfica*. Madrid: Cátedra.
- Canning, J. (1929). *The Economics of Accountancy: A Critical Analysis of Accountancy Theory*. New York: The Ronald Press Company.
- Cañibano, J. (1998). www.meritum.es. Obtenido de Proyecto Meritum: www.meritum.es
- Cañibano, L., Sánchez, M., García, C., & Chaminade, C. (2004). *Directrices para la gestión y difusión de la información sobre intangibles*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA.
- Caparrós, J. (1994). *El cine de nuestros días*. Madrid: Libros de cine Rialp.
- Cea, J. (2001). *Armonización contable internacional y la reforma de la contabilidad en España*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, ICAC.
- CEDE. (2009). *Los activos intangibles en la nueva regulación contable*. Confederación española de directivos y ejecutivos no 10 Cuaderno de gestión del conocimiento Empresarial.
- Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico – CEDE. (2010). *Caracterización del sector de industrias culturales y creativas en Bogotá y Cundinamarca*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá CCB.
- Cerda, H. (1995). *Los elementos de la investigación cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: El Búho.

Bibliografía

- Chasipanta, G. (2012). Estudio del impacto en la aplicación de las normas internacionales de información financiera (NIIF para PYMES) en la compañía Guarderas S. A.. Tesis previa a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD. (2010). Economía creativa. Informe 2010. Concepción: ONU.
- Congreso de Colombia. (1982). Ley 23. Bogotá: El Congreso de Colombia.
- Congreso de Colombia. (13 de Julio de 2009). Ley 1314. Bogotá.
- Congreso de Colombia. (17 de 05 de 2017). Ley 1834. Bogotá, Bogotá, Colombia: Congreso de Colombia.
- Constitución Política de Colombia. (1991). Bogotá: Asamblea Nacional Constituyente.
- Dadek, W. (1962). Economía cinematográfica. Rialp.
- Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia. (2017). Anuario Estadístico 2016. Proimagenes Colombia. Retrieved from http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula.
- Domench, P., & Gómez, M. (2014). Crisis de la valoración contable en el capitalismo cognitivo. *Innovar*, 24 (52), 105-116.
- Eisenhardt, K. (1989). Building Theories from Case Study. *The Academy of Management Review*, 532-550.
- Enríquez, S., Revah, B., Alvarado, C., Romero, N., & Salazar, J. (2010). Valuación y reconocimiento de activos intangibles: un enfoque estratégico. Pricewaterhouse Coopers e ITAM.

Bibliografía

- Escobar, G., Forero, T., & Vargas, P. (2017). La institucionalidad en la economía naranja en Colombia: un estudio neo-institucional para el periodo 2010-2014 (Tesis de pregrado). Bogotá: Universidad de La Salle.
- Factory. (7 de Septiembre de 2015). Principales diferencias entre las NIIF Plenas y las NIIF para Pymes. Obtenido de Blog Noticias: <https://www.factory.com.co/blog/principales-diferencias-entre-las-niif-plenas-y-las-niif-para-pymes/>
- Ferrer De La Hoz, A. M. (2013). Análisis del proceso de convergencia a Normas Internacionales de Contabilidad e Información Financiera desde los factores intrínsecos al sistema contable en Colombia. Cuaderno Contable, 971-1007.
- Financial Accounting Standards Board . (1985). Intangible Assets . FASB.
- Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (2017). El futuro de la economía naranja. California: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Gómez, M. (2004). Una evaluación del enfoque de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) desde la teoría de la contabilidad y el control. Bogotá: Universidad Nacional.
- Grüber , S., & Leibfried , P. (2014). Intangible Values in Financial Accounting and Reporting An Analysis from the Perspective of Financial Analysts. Springer Gabler, Wiesbaden .
- Hendriksen, E. S., & Van Breda, M. F. (1999). Teoria da Contabilidade. Sao Paulo: Editora Atlas S.A.
- Hendriksen, H. (1974). Teoría de la contabilidad. México: Uteha.
- Hernández Sampieri et. al., R. (2010). Metodología de la Investigación.

Bibliografía

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

Howkins, J. (2001). El motor de la creatividad en la economía creativa. (D. Ghelfi, Entrevistador)

Howkins, J. (2001). The Creative Economy. London: Penguin.

IASB. (2009). Módulo 18: Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía . En Fundación IFRS: Material de formación sobre la NIIF para las PYMES (pág. 43). London: Web: www.ifrs.org .

IASB Board. (2004). Valor residual de un activo intangible. London: United Kingdom.

IFRS Foundation. (2010). Norma Internacional de Contabilidad 38 Activos intangibles.

IFRS Foundation. (2010). Marco conceptual para la información financiera.

IFRS Foundation. (2010). Norma Internacional de Contabilidad 38 - Activos intangibles.

IFRS Foundation. (2015). NIIF para las PYMES.

IFRS Foundation. (2015). Norma Internacional de Contabilidad 38: Activos intangibles. . En 1. 1.-2. International Financial Reporting Standards (Red Book).

IFRS Foundation. (2018). Marco Conceptual para la información financiera.

Ijiri, Y. (1967). The foundations of accounting measurement. Prentice-Hall.

Izquierdo Castillo, J. (26 de Noviembre de 2007). Distribución y exhibición cinematográficas en España. Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital. Obtenido de <http://www.culturavisual.uji.es/tesis-distribucion-y-exhibicion-cinematograficas-en-espana/>: <http://www.culturavisual.uji.es>

Kawin, B. F. (1992). How Movies Work. Colorado: University Press Group Ltd.

Bibliografía

KPGM. (2004). *Activos Intangibles - NIC 38*. Panamá: KPGM.

Larson, R. K., & Linda, L. L. (2001). Coming to terms with international accounting standards. *The Internal Auditor*, 58(1), 42-47.

Lev, B. (2003). *Intangibles: Medición, gestión e información*. España: Ediciones Deusto.

López, J. E. (2016). el papel de los recursos intangibles en la empresa. *Revista tribuna*.

Lopez, M. D., Santanatoglia, J. M., Pedroni, F. V., Albanese, D. E., & Milanesi, G. S. (2013). *Activos Intangibles. Revisión del Marco Normativo Contable Nacional e Internacional*. *Escritos Contables y de Administración*, 55-89.

Luna, E., & Rodríguez, L. (2011). *Pautas para la elaboración de estudios de caso. Lecciones Aprendidas*.

Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Revista científica Pensamiento y Gestión*(20), 2-29.

MinCultura. (2018). *ABC de la Economía Naranja*. Colombia: MinCultura.

Ministerio de Cultura. (2015). *Cultura a la medida. Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Molla Furio , D. (2012). *La producción cinematográfica*. Cataluña, España: Universitat Oberta De Catalunya.

Monteiro Perez, M., & Famá, R. (2006). *Ativos intangíveis e o desempenho empresarial*. *Revista Contabilidade & Finanças*.

Moreno, J. (2014). *Contabilidad de la estructura financiera de la empresa*. México: Grupo Editorial Patria.

Bibliografía

- Muñiz, M. (2010). Estudios de caso en la investigación cualitativa. División de Estudios de Posgrado , 1-8.
- Naranjo, C., & Higuera, C. (2014). Capital intelectual en empresas del eje cafetero colombiano: Caso buen café liofilizado en Colombia. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales .
- Newbiggin, J. (2010). La economía creativa. Una guía introductoria. Reino Unido: British Council Unidad de Economía Creativa .
- NIC 38. (1998). Norma Internacional de Contabilidad 38 Activos Intangibles .
- Observatorio Vasco de la Cultura. (2012). Memoria Anual. Memoria Anual (pág. 11). España: Departamento de Educación, política lingüística y cultura.
- OECD. (2004). Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE. (pág. 67). Alcalá: Ministerio de Economía y Hacienda.
- Olavarrieta, G., & Carrillo, J. (2014). Intelligence capital: A capability maturity model for a software development center. Knowledge Management Research & Practice , 12.
- Otal, S., & Serrano, R. (2006). Reconocimiento y valoración de los activos fijos no financieros en las Normas Internacionales de Información Financiera. Saberes: Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales.
- Powell, S. (2003). Accounting for intangible assets: Current requirements, key players and future directions. European Accounting Review, 12(4): 797-811.
- Proimagenes Colombia. (Octubre de 2018). Cine en Cifras 14. Bogotá: Proimagenes.
- Revista Portafolio. (2015). ¿Qué es la “economía naranja”? Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/inversion-extranjera-directa-278536%5Cn>

- Richardson, A., & Eberlein, B. (2011). Legitimizing Transnational Standard Setting: The Case of the International Accounting Standards Board. *Journal of Business Ethics* 98, 217–245.
- Salazar, E. (2010). Principales diferencias entre la NIIF para las PYMES y las NIIF completas. Universidad Javeriana.
- Shaw, E. (1999). A Guide to the Qualitative Research Process: Evidence from a Small Firm Study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2 (2), 59-70.
- Simó, P., & Sallán, J. M. (2008). Capital intangible y capital intelectual: Revisión, definiciones y líneas de investigación . *Estudios de Economía Aplicada*.
- Solomons, D. (1989). *Guidelines for financial reporting standards*. London: Institute of Chartered Accountants in England Wales.
- Soto, B., Quiros, J., & Mesa, G. (2013). Análisis comparativo del tratamiento contable y financiero de los inventarios entre NIC 2 plena, NIIF Pymes sección 13 y Decreto 2706 capítulo 8. *Cuadernos de contabilidad*, 14(36), 903-941.
- Tua - Pereda, J., & Gonzalo - Angulo, J. A. (1988). *Introducción a la contabilidad internacional*. Texas: Ministerio de Economía y Hacienda.
- Tua-Pereda, J. (2004). El marco conceptual, soporte de las normas internacionales. *Tribuna de Opinión aeca*, 2-8.
- Upton, W. S. (2001). *Business and Financial Reporting. Challenges from the New Economy*. Norwalk: FASB.
- Vargas, N., & Lloria, M. (2014). *Dynamizing intellectual capital through enablers and learning flows*. Valencia: Universidad de Santander y Universidad Valencia.
- Vargas, P. (2000). *Características de los Activos Intangibles*. México: Fundación Iberoamericana del conocimiento.

Bibliografía

Vásquez Bernal, R., & Franco Franco, W. (2013). El ABC de las NIIF: guía básica de preguntas y respuestas para la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera IFRS-NIIF. Legis Editores, S.A., 336.

Yin, R. (2009). Investigación sobre estudio de casos. Diseño y métodos. London: International Educational and Professional Publisher Thousand Oaks.

Zeff, S. A. (2012). The evolution of the IASC into the IASB, and the challenges it faces. The Accounting Review, 87(3), 807-837. .