

Mayo - Agosto 2016

# Latin America Newsletter

PRECISE. PROVEN. PERFORMANCE

## Una semana de aprendizaje en Harvard

**Juan Guillermo Bernal**  
Moore Stephens Colombia

El participar en el curso "Moore Stephens & Harvard Executive Leadership Development" es toda una experiencia, por la calidad de los casos de estudio y de los instructores, y también por el nivel de las discusiones alrededor de ellos, tanto en el aula de clase como fuera de ella.

Son pocas las oportunidades de interactuar con 60 socios/as de Moore Stephens de todo el mundo; en nuestro caso estábamos 40% de Estados Unidos, 40% de Europa y 20% de otras partes del mundo y a la vez generar un espacio para desafiar nuestras prácticas de negocios y liderazgo.

Cuando uno se pregunta ¿qué aprendí en esa semana? La primera respuesta que viene a la mente, es: "mucho". Efectivamente se aprende mucho en una semana dedicada a deliberar sobre las Firmas en general y sobre la nuestra en particular, y el objetivo de este artículo es compartir algunas de estas reflexiones.

Hay tres conceptos que son transversales a los casos de estudio que trabajamos y ellos son: Gente, Estrategia y Firma, en ese orden.

### NUESTRA GENTE

Empezamos con la Gente, porque el primer gran desafío para nuestra Firma es reclutar el personal correcto, identificando



*Juan Guillermo Bernal*  
Moore Stephens Colombia

nuestros futuros líderes y teniendo en cuenta que la principal competencia en nuestro mercado es por los talentos.

Este desafío debemos tenerlo en cuenta desde el inicio, desde el proceso de reclutamiento; obtener excelentes profesionales está intrínsecamente ligado con el alinear las Agendas de ellos y de nuestra Firma, porque los buenos profesionales trabajan en la Firma de la cual están orgullosos y en la cual ven un futuro promisorio.

Los talentos que deseamos son aquellos en los cuales se cumple el concepto de "la persona para el trabajo y el trabajo para la persona"; para cada profesional su trabajo debe ser un reto para su desarrollo personal y profesional y para nuestra Firma cada uno de nuestros profesionales también debe ser un reto para su desarrollo y permanencia.

### Contenido

Una semana de aprendizaje en Harvard

**Página 1**

Conoce a tu cliente, desarrolla el capital humano

**Página 3**

Preparación del CPA y las empresas auditadas ante las modificaciones y nuevas Normas Internacionales de Auditoría NIAs

**Página 4**

La firma Posadas, Posadas & Vecino, representantes de Moore Stephens en Uruguay cumple 90 años

**Página 8**

PPV en Uruguay participó de un importante contrato internacional"

**Página 9**

Contactos

**Página 10**

Buscamos profesionales colaborativos, en vez de competitivos; sin arrogancia; para quienes éxito no es sinónimo únicamente de dinero; con diferentes estilos de liderazgo; con pasión por lo que hacemos; con buena actitud; para quienes ser un experto no es suficiente; enfocados en su trabajo y desarrollo personal y profesional; que tienen un balance entre su vida laboral y familiar; que aman trabajar en un ambiente diverso; que buscan dejar un legado y que son conscientes que “el éxito es 10% suerte y 90% transpiración”.

Permanentemente debemos preguntarnos si estamos reclutando y reteniendo los profesionales que necesitamos para progresar; debemos tener en cuenta que somos tan exitosos como lo es el personal que trabaja con nosotros y que nuestro personal es el principal Activo que tiene la Firma.

Cuando hemos reclutado los mejores profesionales, nuestra tarea apenas empieza, debemos crear las condiciones para: un aprendizaje continuo; innovación; liderazgo; colaboración en vez de competencia; compartir conocimientos y experiencias; atreverse a hacer cosas en forma diferente; tener un balance entre la vida laboral y la familiar; construir un legado.

En tal sentido, somos los Gerentes y Socios los llamados a crear estas condiciones para el aprendizaje, el desarrollo y la ejecución del trabajo de nuestros profesionales para que cada uno/a se sienta orgulloso/a de ser parte de nuestra Firma; liderando con el ejemplo; incentivándolos; siendo mentores y capacitadores; y siendo conscientes que nuestras expectativas y motivaciones en muchos casos son diferentes a las de ellos/as.

El contar con los/as mejores profesionales hace que nuestros clientes tengan una mejor percepción de nuestro rol como contadores, auditores, tributarios y lo que es más importante, como sus asesores y consultores gerenciales, estando alineados y teniendo pasión por sus retos empresariales y personales, y siendo conscientes que nuestros clientes, en adición a ser empresas, son personas con las que interactuamos.

## NUESTRA ESTRATEGIA

En segundo lugar para ser exitosos, necesitamos una adecuada estrategia que esté orientada al principal objetivo y responsabilidad de nuestros Gerentes y Socios: crear valor a nuestra Firma.

La Estrategia es la vía para lograr nuestros retos y objetivos inspirando el cambio; para lo cual debemos definir la orientación de La Firma y ser conscientes que nuestras habilidades y motivaciones determinarán esta estrategia y nuestro éxito.

Somos una Firma orientada a prestar servicios profesionales a compañías del Mercado Medio (empresas que venden entre US\$2 millones y US\$100 millones al año) y en tal sentido debemos ser conscientes que en cada país nuestros clientes tienen mucha libertad de nombrarnos y removernos, por lo cual sólo un alto

nivel de satisfacción del cliente con nuestros servicios es lo que nos permite continuar siendo su aliado y en tal sentido es muy importante generar canales de comunicación con ellos para que nos digan abiertamente cuáles ven como nuestras fortalezas y cuáles las áreas que debemos fortalecer para ellos; tengamos en cuenta que “una taza de café con un cliente, está llena de buenas ideas”.

El Mercado Medio es muy amplio, hay espacio para todos, y por lo tanto podemos asumir una posición colaborativa en vez de competitiva, lo cual nos permite aliarnos con otras Firmas, tanto de contadores, como de abogados, financieros, de áreas técnicas y tecnológicas, entre otras.

En adición a desarrollar una Estrategia debemos implementarla, para lo cual el conocimiento y la innovación, en vez de la mera información, deben diferenciarnos y conducirnos a prestar cada vez servicios más integrados que efectivamente llenen e inclusive anticipen y excedan las expectativas cambiantes de nuestros clientes actuales y potenciales, permitiéndonos en los casos aplicables, fijar honorarios con base en el nuevo valor generado.

En línea con el concepto que la imaginación es más importante que el conocimiento, debemos convertir la innovación en un estilo de vida y de trabajo. Sólo siendo innovadores podemos manejar exitosamente la incertidumbre y tenemos un futuro como Firma; el mundo es cambiante en temas tecnológicos e igualmente lo es en la manera de hacer negocios, por lo cual debemos innovar para ir con los cambios y en lo posible ir adelante de ellos y motivarlos. Y teniendo en cuenta que como se dice en golf: “la jugada más importante siempre será la próxima”.

## NUESTRA FIRMA

Para ser exitosos como Firma debemos ser percibidos como “siempre con suerte”, “siempre con éxito”, lo que se logra combinando: propósito; fortaleza técnica; apetito por aprender, por innovar, por colaborar inteligentemente con nuestros clientes y entre nosotros mismos; liderazgo participativo; y todo esto sin ser arrogantes.

Nuestra Firma debe diferenciarse, siendo percibida como: actualizada; especializada en el Mercado Medio; alineada con sus clientes; orientada al aprendizaje y a la transformación, al cambio, a la innovación y a la tecnología; diversa tanto en profesiones como en géneros; colaborativa y comprometida; responsable social y ambientalmente; con los mejores profesionales motivados; con altos estándares y valores; con respaldo regional e internacional; con un amplio portafolio de servicios y con excelente reputación.

Lo anterior nos permite que la conversación pase de ser el costo de los honorarios, al valor adicionado por nuestro involucramiento, con una promesa de valor en la cual hay una excelente proporción de costo/beneficio para nuestros clientes; en el entendimiento que el éxito de nuestros clientes es nuestro éxito.

# Conoce a tu cliente, desarrolla el capital humano

**Alberto Viale**  
**Moore Stephens Perú**

Se trata de una premisa con la que, desde que regresé de la Escuela de Negocios de Harvard, he establecido estar plenamente familiarizado. Y es que, en efecto, un emprendedor, desarrollador de negocios y proveedor de bienestar para la Sociedad Civil en la que se desenvuelve, enfrentará con frecuencia la disyuntiva dirigida a identificar qué es lo que constituye piedra angular para trascender.

Trascender en busca del éxito empresarial, ya no sólo se circunscribe en conocer números, números fríos que únicamente concluyen si el negocio reditúa o no. Curvas de crecimiento de ingresos o decrecimiento en nuestra facturación suelen formar parte de nuestra orden del día. Por lo menos, es lo que me quitó el sueño hasta antes de asistir al curso de liderazgo que promueve Moore Stephens en la Escuela de Negocios de Harvard.

El curso para líderes al que asistimos en Harvard junto a otros colegas de la red Moore Stephens del mundo, nos planteó ampliar nuestra agenda. Esto significa, sin descuidar los números siempre fríos pero importantes, establecernos un plan de acción más cercano con nuestros departamentos de marketing y recursos humanos. Recursos Humanos, para dejar de identificar nuestra propuesta de valor sólo en el ofrecimiento salarial. La relación vertical entre empleador y empleado no es más el secreto para trascender como organización. Si pretendemos establecer en nues-

tras organizaciones una cadena jerárquica que sólo persiga productividad, dejando de lado el entorno máspreciado para nuestro capital humano, pues nos equivocamos.

Antes al contrario, debemos trabajar más con nuestro departamento de Recursos Humanos para complementar nuestras propuestas. Estos complementos deben vincularse más con las expectativas personales y profesionales de nuestros colaboradores: conocer sus necesidades, sus retos, sus próximos desafíos, su línea de crecimiento y sus convicciones éticas. Hoy en día, el reto consiste también en difundir la relación con el personal que coopera con nuestras organizaciones, con la finalidad de identificar talento y promoverlo.

Marketing, para ir más allá de las preferencias y necesidades de nuestros clientes; retarlos, entrevistarlos, trabajar con ellos en el cumplimiento de sus objetivos. Al mismo tiempo, encuestarlos en la medición de nuestro trabajo y proponerles siempre una mejora en aquello que percibieron por debajo de la media de sus expectativas. Preguntar mucho sobre los resultados de nuestro trabajo y su percepción en la ejecución del mismo creará valor para nuestras organizaciones.

Ya no sólo es importante promocionar nuestros servicios para diferenciarnos de nuestra competencia y convertirnos en la mejor alternativa para nuestros clientes. Hoy en día, el reto consiste en ir más allá



*Alberto Viale*  
*Moore Stephens Perú*

y ejecutar con el cliente un plan destinado a promover la mejora continua en nuestro servicio como solución a sus problemas. En tal sentido, herramientas como las encuestas de satisfacción, los test de preferencias, las entrevistas inopinadas y los diagnósticos de situación real deben formar parte de nuestra oferta de valor. El cumplimiento de las expectativas del cliente respecto de nuestro servicio no debe ser más un albur, lo tenemos a la palma de nuestras manos, es sólo cuestión de conversar con nuestros clientes e indagar.

Moore Stephens en alianza con la Escuela de Negocios de Harvard persigue promover el desarrollo de líderes. Este artículo persigue compartir con ustedes qué lecciones recientes de experiencia organizacional revelan la importancia que hoy por hoy reviste el personal y los clientes para el éxito empresarial; es tiempo de que ambos cimientos formen parte de nuestras agendas, de nuestros día a día. Existen diversas corrientes en materia de liderazgo que sostienen que un líder nace como tal; otras teorías, entienden que el liderazgo se desarrolla con el tiempo. Acompañó a la última línea de interpretación, sobre todo porque pienso que la calidad de un líder se obtiene con el número de lecciones que uno obtenga de experiencias fallidas.



# Preparación del CPA y las empresas auditadas ante las modificaciones y nuevas Normas Internacionales de Auditoría - NIAs

**Byron Méndez Sagastume  
Moore Stephens Guatemala**

En 2004, el IAASB inició un programa integral para mejorar la claridad de Normas Internacionales de Auditoría (NIA) que consistió en mejoras considerables en la redacción de todas las NIA que tenían como propósito reflejar las nuevas convenciones y asuntos de claridad en general. El proyecto concluyó el 27 de febrero de 2009 cuando el Consejo Internacional de Supervisión Pública (PIOB por sus siglas en inglés) lo aprobó.

Desde esa fecha los CPA contamos con normas que no habían tenido cambios tan significativos como los que aquí desarrollaremos brevemente y que responden a las llamadas de los inversores y otros usuarios de estados financieros auditados sobre los informes de auditoría que han requerido que los mismos sean más informativos y relevantes.

Estas normas nuevas y revisadas incluyen la nueva norma 701, la 700 (Revisada) y la 570 (Revisada) entre otras. También se incluyen ejemplos de informes que ilustran diversas circunstancias. Estas modificaciones entran en vigencia para las auditorías de estados financieros para periodos que terminan en o a partir del 15 de diciembre 2016.

## 1. **Vigencia a nivel mundial:**

Con fecha 15 de enero de 2015 el IAASB autorizó cambios en el mismo corazón de la Normativa que se reflejan en EL INFORME O

DICTAMEN DEL AUDITORÍA, que se harán efectivos a partir del 15 de diciembre de 2016, es decir por el año que concluirá el 31 de diciembre de 2016.

## 2. **Principales cambios:**

Los principales cambios que ahora tenemos que estudiar no son cosméticos, puesto que se incluyen reformas diseñadas para mejorar significativamente los informes de auditoría para los inversores y otros usuarios de los estados financieros (bancos, accionistas, clientes, proveedores, el sector gubernamental, etc.), en las NORMAS RELATIVAS AL INFORME O DICTAMEN DEL CPA (las secciones 700 y 800 de las NIAs), agregando una nueva NIA 701 con preguntas clave o relevantes de la auditoría (en inglés **"Key Audit Matters"** – **KAM**–).

Como sabemos el Dictamen o Informe del CPA es el producto final de la auditoría que se presenta en la fase de conclusión de la misma, el cual es leído y analizado por todos los usuarios de la información financiera que tomarán decisiones a la luz de dicho Informe. Para incorporar los cambios en las secciones sobre la formación de una opinión o informe (secciones 700 y 800 de las NIAs) fue necesario revisar todo el andamiaje o soporte de estas NIAs, haciendo cambios



**Byron Méndez Sagastume  
Moore Stephens Guatemala**

que van desde la fase de planeación, pasando por el desarrollo y conclusiones del trabajo de auditoría de estados financieros.

## 3. **Cambios más relevantes en las NIAs segregadas por cada etapa de la auditoría:**

En cuadros a continuación se resumen algunos de los cambios más relevantes en las Normas de Auditoría desde la fase de i) planeación y evaluación de riesgos, ii) desarrollo del trabajo y iii) la emisión del Informe, entre paréntesis "traducción propia" y *con cursiva un ejemplo de su aplicación según experiencia y criterio profesional.*

i. **Cambios relacionados con la fase de planeación y evaluación de riesgos:**

NIA reformadas	Asunto del que trata cada NIA reformada	Reformas más relevantes a la NIA (entre paréntesis "traducción propia" y con cursiva ejemplos de su aplicación según experiencia y criterio profesional)
NIA 200 NIA 330	Objetivos globales del auditor independiente y realización de la auditoría conforme a NIAS	Se agrega el que: "una divulgación explicativa o descriptiva de la información que se requiera según lo permita el marco de referencia aplicable, en la portada de los estados financieros, en notas o incorporado en referencias cruzadas. Ejemplos: a) <i>Si se emite un informe del CPA y es apropiado hacer referencia al código de ética de la empresa o Grupo de empresas en la opinión o en las Notas a los estados financieros, y para el caso de Guatemala se aplica el código de ética de IFAC, <a href="https://www.ifac.org/publications-resources/manual-del-codigo-de-etica-para-profesionales-de-la-contabilidad">https://www.ifac.org/publications-resources/manual-del-codigo-de-etica-para-profesionales-de-la-contabilidad</a>.</i> b) <i>Si el endeudamiento es significativo en el caso de un crédito sindicado ó constituido con un grupo de bancos y hay muchas "obligaciones que hacer" en el contrato de préstamo, indicadores financieros requeridos o "covenants" que se requieran para emitir un informe específico de cumplimiento"</i> (ver nuevo párrafo A 128b de NIA 330).
NIA 210 NIA 300 NIA 315 NIA 320 NIA 330	Acuerdos de los términos del encargo de auditoría, Planificación de la auditoría y materialidad	"Se debe considerar también información obtenida de fuera de los balances (ó información externa)", por ejemplo, <i>benchmarking, tendencias del mercado, indicadores económicos, etc.</i>
NIA 220 NIA 230 NIA 330	Control de calidad de auditoría de estados financieros y documentación de auditoría	"Aplica a las conclusiones alcanzadas en los compromisos de auditoría, incluyendo la determinación de los asuntos clave de auditoría (o <i>"Key Audit Matters"</i> de la nueva NIA 701".
NIA 240	Responsabilidad del auditor en la auditoría de estados financieros con respecto al fraude	Se agrega una opción de <u>"fraude intencional a través de: la omisión, obscurecer o perder divulgaciones requeridas, divulgaciones necesarias para alcanzar una presentación razonable por la aplicación del marco de referencia."</u> Las Normas de Auditoría estadounidenses y otras regulaciones de EEUU mencionaban el tema de <u>fraude en la información</u> , en tanto que las NIAS aún no daban relevancia a este asunto que se da cada vez con mayor frecuencia. <i>Por ejemplo, que la Administración no incluya notas aclaratorias en algunas cuentas de los estados financieros con montos individualmente significativos, o que los denomine como "Varios" u "otros".</i>
NIA 260	Comunicación con los responsables del gobierno de la entidad	A la luz de la nueva NIA 701 las reformas en la comunicación con los responsables del gobierno corporativo requeridas, como los "riesgos significativos identificados por el auditor", por ejemplo, <i>la concentración en un solo cliente o un solo proveedor para empresas que distribuyen sus productos a entidades de "retail" como en el caso de supermercados o tiendas de conveniencia (distribuidores de embutidos, cosméticos o ropa cuyas ventas en su mayoría dependen de una cadena grande).</i>

ii. **Cambios de la fase de desarrollo del trabajo de auditoría**

NIA reformadas	Asunto del que trata cada NIA reformada	Reformas más relevantes a la NIA (entre paréntesis "traducción propia" y con cursiva ejemplos de su aplicación según experiencia y criterio profesional)
NIA 330	Respuesta del auditor a los riesgos valorados	(20) "Dentro de los procedimientos relacionados con el cierre de los estados financieros, se debe considerar la conciliación de la información incluida en las divulgaciones o notas a los estados financieros incluyendo aquella obtenida por fuera del balance general", por ejemplo, <i>para una entidad financiera el detalle de las cuentas de orden cuando fuere aplicable.</i>

NIA 450	Evaluación de las incorrecciones identificadas durante la realización de la auditoría	<p>“Algunos ejemplos de divulgaciones de incorrecciones de errores por factores cualitativos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inadecuada o incompleta descripción o información sobre los objetivos, políticas y procesos de la administración para administrar el capital de las entidades aseguradoras o bancos. <i>Por ejemplo, si se tienen riesgos a nivel de las reservas técnicas para seguros de gastos médicos o reservas matemáticas para el caso de seguros de vida.</i></li> <li>• La omisión de la información acerca de los eventos o circunstancias que han tenido una pérdida por deterioro por ejemplo en una industria minera. <i>Por ejemplo, las reservas de extracción minera de algún metal como el hierro y si estas han perdido valor en el mercado internacional.</i></li> <li>• Una inadecuada descripción de la sensibilidad en los tipos de cambio de referencia de una entidad que realiza actividades de comercio internacional. <i>Por ejemplo, si en un consolidado se incluyen estados financieros de economías como la mexicana cuya moneda se devaluó significativamente en 2015 o Costa Rica cuya moneda se devaluó significativamente en 2014 y 2013”</i></li> </ul>
NIA 510	Evidencia de auditoría – consideraciones específicas para determinadas áreas - y negocio en marcha	La NIA 510 reformada agrega las ilustraciones números 1 y 2 que refieren entre otros a la NIA 210 revisada, así como a las NIA 600, NIA 570 revisadas, la nueva NIA 701 y otras secciones de la Norma.
NIA 540	Auditoría de estimaciones contables, incluidas las de valor razonable y de información relacionada a revelar	Se indica que “cuando fuere aplicable, que una estimación contable que haya sido identificada como una estimación significativa y sea un asunto clave de la auditoría (Key Audit Matter) que deba ser comunicado por el auditor a la luz de la nueva NIA 701, debe evaluarse si es necesario incluir un párrafo de énfasis en el informe o dictamen del auditor”. También se enfatiza el concepto de “valor razonable”.
NIA 560	Eventos subsecuentes	Conecta este tema con la NIA 720 revisada.
NIA 570	Empresa en funcionamiento ó negocio en marcha	Se debe incluir en el Informe o Dictamen del Auditor un párrafo sobre la evaluación de negocio en marcha, lo cual es explicado más ampliamente en la NIA 700 reformada.
NIA 580	Manifestaciones ó representaciones escritas	Se hace referencia a las reformas en las NIAS incluyéndolos en el ejemplo de la carta de representación o salvaguarda.
NIA 600	Consideraciones especiales, auditorías de estados financieros de grupos (incluido el trabajo de los auditores de los componentes)	Se modifica el Anexo I mencionado en el punto A-19, sobre la opinión calificada cuando “el equipo de auditoría del Grupo no es capaz de obtener evidencia apropiada y suficiente de auditoría para la auditoría del Grupo” haciendo referencia a las reformas en las NIAS.

### iii. Cambios de la fase de conclusión del trabajo y emisión de Informes

NIAs reformadas	Asunto del que trata cada NIA reformada	Reformas más relevantes a la NIA
NIA 700	Formación de la opinión y emisión del Informe de auditoría sobre los estados financieros	<p><b>Legibilidad y enfoque más directo</b></p> <p>Bajo las nuevas normas, el informe del auditor se ha reestructurado para divulgar información específica de la entidad en la parte delantera del informe – en particular, poniendo primero la opinión de auditoría, puesto que el informe comienza diciendo “en nuestra opinión” a menos que existan requisitos legales que establezcan algo diferente, seguida por la sección “Bases para la Opinión”.</p> <p><b>Independencia y código de ética:</b></p> <p>Se requiere una declaración explícita de la independencia del auditor y revelar la fuente de los requisitos de ética relevantes aplicables. <i>Por ejemplo, el código de ética de IFAC que es el mismo que se aplica para Guatemala.</i> <a href="https://www.ifac.org/publications-resources/manual-del-codigo-de-etica-para-profesionales-de-la-contabilidad">https://www.ifac.org/publications-resources/manual-del-codigo-de-etica-para-profesionales-de-la-contabilidad</a></p> <p>En algunas partes del mundo ya es una obligación dejar de manera explícita la independencia del auditor, así como el nombre del Socio que Firma el informe, a partir de estas modificaciones y con la finalidad que exista más transparencia, este requisito es obligatorio conforme la Norma modificada.</p>
NIA 700	Continuación... Formación de la opinión y emisión del Informe de auditoría sobre los estados financieros	<p><b>Negocio en marcha</b></p> <p>El informe requiere divulgaciones precisas sobre Negocio en marcha (Referencia NIA 570) de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción de las responsabilidades, tanto para la Administración, como para los auditores relacionadas al Negocio en Marcha.</li> <li>• Si existe una incertidumbre importante se requiere un párrafo por separado denominado Incertidumbre importante sobre el Negocio en Marcha</li> <li>• Cuando existen eventos o condiciones que puedan poner en duda la capacidad de la compañía para continuar como un negocio en marcha, se han incorporado nuevos requisitos que constituyen un reto para realizar la divulgación adecuada, teniendo en cuenta el marco de presentación de informes financiero aplicable.</li> </ul> <p><b>Terminología</b></p> <p>Terminología estandarizada en el informe – como las descripciones de las responsabilidades del auditor y lo que está involucrado en una auditoría puede colocarse al final del informe, o incluso algunos podrían decidir ponerlo en un apéndice o remitir a un sitio web común (como la de normas de un regulador).</p>

NIA 701	Comunicación de cuestiones de auditoría claves "Key audit matters" en el informe de auditoría independiente.	Esta NIA nueva establece requerimientos y lineamientos para la comunicación de asuntos importantes de auditoría a las empresas que cotizan en bolsa o que son públicas. Los asuntos importantes de auditoría, los cuales son seleccionados de los comunicados a los responsables del gobierno corporativo. Se deben incluir en la opinión aquellos temas, que a juicio del auditor son los más significativos sobre los estados financieros del período corriente. Las empresas que no son públicas pueden decidir comunicar asuntos importantes de auditoría en el informe del auditor, como una mejor práctica.
NIA 705	Opinión modificada en el informe emitido por un auditor independiente	Esta sección incluye modificaciones para aclarar como los nuevos elementos de información requeridos en a NIA 700 revisada, se afectan cuando el auditor expresa una opinión modificada, y en consecuencia para actualizar los informes ilustrativos del auditor.
NIA 706	Párrafos de énfasis y párrafos sobre otras cuestiones en el informe emitido por un auditor independiente.	Esta sección incluye modificaciones para aclarar la relación entre los párrafos de énfasis y párrafos sobre otras cuestiones y los asuntos importantes de auditoría en el informe del auditor.
NIA 710	Información comparativa	Se agregan en esta sección varios apéndices ilustrativos del informe de auditoría sobre los "estados financieros comparativos, incluyendo el caso en que las cifras del período pasado no fueran auditadas".
NIA 720	Responsabilidad del auditor con respecto a otra información incluida en los documentos que contienen los estados financieros auditados	En la opinión se puede incluir un párrafo sobre la "responsabilidad del auditor con relación a otra información incluida en los estados financieros auditados". <i>Por ejemplo, información estadística y económica del negocio, que no es precisamente contable, pero si guarda alguna relación con la contabilidad y las finanzas del negocio.</i>
NIA 800	Consideraciones especiales – Auditoría de estados financieros preparados de conformidad con un marco de información con fines específicos.	Se aplican los mismos cambios en la estructura del Informe, en el sentido que primero se coloca la opinión, que se resumen anteriormente con relación a la NIA 700.
NIA 805	Consideraciones especiales -	Se agregan las "referencias cruzadas" mencionadas en la NIA 200 reformada.

### Conclusiones:

Como miembros del Comité de Normas de Auditoría del IGCPA estamos apercibidos por el impacto que esta reforma representa para nuestra profesión y para nuestros clientes, por lo que hemos hecho varias exposiciones sobre estas reformas comenzando en la primera Convención de Normativa Internacional realizada en octubre de 2015.



Los pasos que proponemos para responder a estas reformas a las NIAs son los siguientes:

- I. Que los empresarios cuyos estados financieros son o serán auditados, documenten cada año con mayor seguimiento y detalle aquellos factores internos y externos a su empresa que puedan dar indicios de que su o sus negocios siguen siendo un "negocio en marcha", por ejemplo, cambios en tecnología para el caso de sus activos productivos, incrementos en costos o disminución en precios ocasionados por la participación de la competencia, deterioro o desgaste importante en el valor de sus activos, entre otros.
- II. Considerando que estas Normas son ahora mucho más exigentes, es obligatorio que el CPA conozca mucho mejor el negocio, las operaciones e indicadores de gestión de sus clientes y que documente con mayor profundidad el conocimiento de su negocio y sus riesgos (Referencia: reformas en NIAs 200, 210, 300 y 330), para lo cual el auditor debe:
  - Mejorar su comunicación con el cliente a todo nivel de la organización.
  - Tener una interacción y comunicación más robusta entre usuarios, auditores y los que están a cargo del gobierno de la empresa.
- III. Tomando en cuenta que los usuarios requieren información más relevante y útil acerca de la entidad y de la auditoría, para una mejor toma de decisiones (Referencia: nueva NIA 701 y reformas en NIA 700 y 800), se requiere que el auditor incremente la calidad de su auditoría y la percepción de calidad de la auditoría por parte de terceros.
- IV. Este proceso conlleva a que el CPA debe comprender y analizar más a fondo los factores de riesgo tanto a nivel interno como externo (referencia NIAs reformadas) por lo que se requiere que el auditor tenga mayor experiencia para el análisis de los factores de riesgo tanto a nivel interno como externo de la empresa auditada.

# La firma Posadas, Posadas & Vecino, representantes de Moore Stephens en Uruguay cumple 90 años

En el campo de la prestación de servicios, el reconocimiento es lento, pero sin pausas; se construye con tiempo, día a día, en base a conocimiento, confianza y responsabilidad.

Desde su creación en el año 1926, el estudio Posadas, Posadas & Vecino (PPV) es un referente local y también global en el ámbito del derecho y los negocios.

Siempre con el aporte de conocimientos profesionales con alto valor agregado, PPV ha participado en la concreción de emprendimientos productivos importantes, que forman parte de un círculo virtuoso en la generación de una mayor actividad, creación de empleos y multiplicación del bienestar social.

“Hace 90 años que trabajamos con un mismo objetivo: comprender la dinámica de un mercado siempre cambiante para ofrecer soluciones integrales adecuadas a las necesidades más diversas”, explicó Tomás Guerrero, socio de PPV.

Los principales emprendimientos productivos que ha tenido Uruguay durante los últimos años pasaron por las oficinas de PPV. Son más de 500 empresas industriales, agropecuarias, comerciales y de servicios para las cuales la firma de servicios profesionales multidisciplinarios ha desarrollado soluciones únicas en su permanente apuesta a la excelencia. Su creciente cartera de clientes corporativos, también ha impulsado a PPV a estructurar soluciones desarrolladas específicamente para el mercado de capitales, las finanzas



De izquierda a derecha: Dr. Pablo Sequeira, Dr. Esc. Eduardo Ferrari, Cr. José Rodríguez, Dra. María Elena de Posadas, Dr. Tomás Guerrero, Dr. Germán Vecino, Dr. Raúl Vairo, Dr. Luis Nin, Dr. Fernando de Posadas, Cr. Francisco Obes, Dr. Tomás Gurméndez y Dr. Juan Deffeminis.

Dr. Ignacio de Posadas, Cr. Daniel González, Cr. Camilo Preve y Dr. Esc. Gerardo Caffera (Ausentes).

corporativas, además del complejo ámbito de las fusiones y adquisiciones. Desde sus nuevas oficinas centrales inauguradas en Carrasco hace tres años, el estudio desarrolla su actividad profesional en continua expansión. En su permanente apuesta al futuro, desde el año 2000 la firma está instalada en Zonamerica, siendo así el primer estudio full-service de Uruguay en abrir oficinas en una Zona Franca del país, con el objetivo de atender las diversas necesidades de sus clientes regionales e internacionales. A nivel local, también tiene una oficina en Punta del Este, donde brinda sus calificados servicios a clientes nacionales y extranjeros.

En un mundo extremadamente competitivo y de cambios permanentes, es preciso estar actualizado en el campo del conocimiento. “Los objetivos de nuestros clientes no se alcanzan con fórmulas; sino con involucramiento, creatividad y profesionalismo”, indica Fernando De Posadas, socio de PPV.

## El Vínculo Humano

El relacionamiento personalizado con el cliente, así como el fuerte vínculo humano entre los propios integrantes del equipo de colaboradores se presenta como otro diferencial de PPV, a la hora



de abordar cada temática bajo una visión multidisciplinaria. “Nuestros profesionales brindan un asesoramiento legal, contable, tributario y notarial, de modo que cada integrante del equipo tiene su espacio para realizar su aporte profesional”, que a su vez alimenta un círculo virtuoso del conocimiento, que culmina con “el desarrollo de una solución integral y única para el cliente”, afirma De Posadas.

En PPV también se respira un buen clima de trabajo en sus modernas instalaciones. En términos generales, hay una alta pre-

sencia de mujeres respecto a los hombres y en cuanto las edades en promedio se ubican entre 18 y 34 años. Existe además un elevado nivel de satisfacción con el trabajo en PPV, ya que hay una baja rotación del equipo de 300 colaboradores: casi un 40% de sus integrantes tiene más de 7 años de antigüedad.

#### Responsabilidad Social

En Posadas, Posadas & Vecino entienden la responsabilidad social como vivir y trabajar de forma consistente con sus valores. El es-

tudio apoya distintas expresiones del arte y la cultura, con especiales aportes al Museo Gurvich, la Fundación Niños con Alas y a la rehabilitación de los privados de libertad, a través de ARIS.

“Entendemos la responsabilidad social como ayudar a los demás, a la comunidad en la cual estamos insertos y a nuestro equipo de profesionales y colaboradores, de modo que nuestra premisa es desarrollar acciones que nos permitan devolver a la sociedad lo que ésta nos brinda”, afirma Guerrero.

## PPV en Uruguay participó de un importante contrato internacional

El estudio representó a Gas Sayago en la firma de un contrato de arrendamiento de una terminal regasificadora en modalidad Time Charter Party (TCP), con Mitsui O.S.K. Lines de Japón.

Gas Sayago es una sociedad de derecho privado, cuyos accionistas son las compañías estatales uruguayas de energía - UTE (Usinas y Transmisiones Eléctricas) y petrolera - ANCAP (Administración Nacional de Combustibles, Alcohol y Portland). Fue constituida para desarrollar el proyecto de construcción, mantenimiento y operación de una terminal flotante de regasificación de gas natural licuado, a ubicarse en la bahía de Puntas de Sayago en Montevideo. A tal efecto, Gas Sayago comenzó negociaciones con la japonesa Mitsui O.S.K. Lines para la celebración de un contrato de arrendamiento de la terminal regasificadora en modalidad Time Charterparty (TCP), con el objeto de que Mitsui OSK, a través de su subsidiaria, construyera y operara la terminal. Luego de 60 días de negociaciones, el contrato TCP fue celebrado el 20 de julio

de 2016, e involucrará un período de operación de 10 años, prorrogable por 5 más, por un monto total de aproximadamente USD 1.000.000.000 (mil millones de dólares norteamericanos).

Posadas, Posadas & Vecino actuó como asesor bajo la ley uruguaya mientras que la firma Linklaters lo hizo por la ley inglesa, legislación a la cual se sometió el contrato.

Fernando de Posadas, socio encargado de la transacción en Uruguay, consideró que la firma del contrato referido constituye un hito fundamental para el proyecto de Gas Sayago, asegurando contar con la terminal flotante de regasificación existente más grande e impulsando en consecuencia el resto del emprendimiento.



## Contactos

### Argentina

Moore Stephens - Suarez & Menendez  
Maipu 942, 12º Piso, C1006ACN, Buenos Aires - Argentina  
**T** +54 (11) 4103 9500 / 4315 0959 / 4103 9561  
**E** mcastro@suarez-menendez.com

#### Contacto:

María E. Castro	Alfredo A. Esperon
Gustavo A. Carlino	Alejandro J. Galván
María D. Cibeira	José M. Meijomil
Horacio L. Martínez	Julio O. Suárez
Francisco Di Martino	

### Belize

Moore Stephens Magaña LLP  
New Horizon Building  
3 1/2 Miles Phillip S.W. Goldson Highway  
Belize City, Belize  
**T** +501-223-2144  
**F** +501-223-2143  
**M** +501-670-4260  
**E** rfmagana@moorestephens.bz

#### Contacto:

Reynaldo Magaña

### Bolivia

Moore Stephens Ratio Consulting - **Santa Cruz de la Sierra**  
Av. San Martín, esquina Calle Hugo Wast, 4to. Piso  
Zona de Equipetrol  
Casilla postal 1647  
**T** +591 (3) 332 1551  
**F** +591 (3) 332 1552  
**E** arfortun@msratio.com  
rsuxo@msratio.com  
rmolina@msratio.com

#### Contacto:

Arturo Fortún	Santiago Pimentel
Rodo Suxo	Rosario Molina

Moore Stephens Valdivia & Asociados - **La Paz**  
Edificio Quipus Piso 8, Calle Jauregui entre Fernando  
Guachalla y Rosendo Gutierrez N° 2248  
**T** +591 (2) 244 4496 / 7200 7177  
**E** dvaldivia@valdivia.com.bo

#### Contacto:

David Valdivia Peralta

### Brasil

Moore Stephens - Brasil S.A.  
Rua Laplace, 96 10º Piso – Brooklin, 04622-000, Sao Paulo  
**T** +55 (11) 5561 2230  
**F** +55 (11) 5531 6007  
**E** mscorp@msbrasil.com.br

Belo Horizonte – MG  
**T** +55 31 3284 8955  
**E** ruy@msbrasil.com.br

Curitiba – PR  
**T** +55 (41) 3016-8871  
**E** boeing@msbrasil.com.br

Fortaleza – CE  
**T** +55 (85) 3208-2700  
**E** robinson@msbrasil.com.br

Joinville –SC  
**T** +55 (47) 3422 6474  
**E** jung@msbrasil.com.br

Porto Alegre – RS  
**T** +55 (51) 3342-1003  
**E** jarbaslima@msbrasil.com.br

Ribeirão Preto – SP  
**T** +55 (16) 3019 7900  
**E** mazzi@msbrasil.com.br

São Paulo – SP  
**T** +55 (11) 5561 2230  
**E** lucchesi@msbrasil.com.br

#### Contactos:

Sérgio Lucchesi Filho  
Helio Yamasaki

### Chile

Moore Stephens Auditores Consultores  
Monjitas 527, Oficina 1101, C.P. 8320070  
Santiago, Chile  
**T** +56 (2) 4768 000  
**F** +56 (2) 4427 714  
**E** vaguayo@moorestephens.cl

#### Contactos:

Víctor Aguayo  
Jorge Astudillo López

### Colombia

Moore Stephens - Scai S.A.  
Carrera 9 No. 80-15, Oficina 1003, Bogotá - Colombia  
**T** +57 (1) 345 6002 / 255 7527  
**F** +57 (1) 702 3659  
**E** eperez@moorestephensscai.com  
**E** yreyna@moorestephensscai.com

#### Contactos:

Edgard Pérez Henao	Carlos Acosta
Yvonne Reyna	Juan Guillermo Bernal

### Costa Rica

Servicios Profesionales MS Costa Rica  
 Piso 2 del edificio B, Oficina No.8, Ofiplaza del Este, Barrio Escalante  
 San José, Costa Rica  
**T** +506 2253 5097  
**F** +506 2224 1332  
**E** francisco.ovares@moorestephenscr.com

#### Contactos:

Francisco Ovares

### Ecuador

#### Quito

Moore Stephens Profile Consultores  
 Av. Amazonas N21-147 y Robles Edificio Río Amazonas,  
 Piso 7 Oficina 720  
**T** +593 (2) 2506 866  
**F** +593 (2) 2554 656  
**E** webmaster@moorestephens-ec.com  
 mdurango@moorestephens-ec.com

#### Contactos:

Mauricio Durango Pérez  
 Jorge David Uribe R.

Moore Stephens & Asociados Auditores  
 Av. Amazonas N21-147 y Robles Edificio Río Amazonas,  
 Piso 8 Oficina 804  
**T** +593 (2) 2506 866  
**E** fcastellanos@moorestephens-ec.com

#### Contacto:

Fernando Castellanos

#### Guayaquil

Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar  
 Edificio Las Cámaras, Oficinas 401 y 502

**T** +593 4 2683 789  
**E** vniam@moorestephens-ec.com  
 rmoncayo@moorestephens-ec.com

#### Contacto Auditoría:

Vladimir Niama

#### Contacto Consultoría:

Rafael Moncayo

### El Salvador

Audit & Consulting, Financial Tax S.A de C.V.  
 Calle Poniente y 81 Av. Norte N° 509 Col. Escalón  
 San Salvador, El Salvador  
**T** +503 2522-6500  
**F** +503 2522-6565  
**E** pedro.hernandez@acft.sv

#### Contacto:

Pedro David Hernández

### Guatemala

Moore Stephens OS  
 6A, Avenida 6-63 Zona 10, Edificio Sixtino, Oficina 1203  
 Guatemala, Guatemala  
**T** +502 (22) 689 700  
**F** +502 (22) 697 169  
**E** info@moorestephens.com.gt  
 luis.orellana@moorestephens.com.gt

#### Contactos:

Luis. E Orellana  
 Byron Méndez Sagastume  
 Ninrod Sazo Ruiz

### Honduras

Moore Stephens - Baggia y Asociados  
 Colonia El Prado, 1Er Calle, N° 147, Tegucigalpa  
**T** +504 239 4795  
**F** +504 231 0932  
**E** baggia@hnmoorestephens.com  
 lgodoy@hnmoorestephens.com

#### Contacto:

Douglas Baggia  
 Leticia Godoy  
 También:  
 San Pedro Sula

### Panamá

AG Accounting & Consulting  
 Torre AFRA, Avenida Samuel Lewis y Calle 54, Obarrio,  
 Ciudad de Panamá, Panamá  
**T** +507 397 9293  
**E** delia.garcia@agco-consultores.com  
 alvaro.ayala@agco-consultores.com

#### Contactos:

Delia García  
 Alvaro Ayala

### Paraguay

Moore Stephens AYCA  
Nuestra Señora de la Asunción 865,  
Asunción - Paraguay  
**T** +595 21 492-252 / 3  
**F** +595 21 448-565  
**E** festigarribia@ayca.com.py

#### Contacto:

Fernando José Estigarribia L.  
Manuel Stark Robiedo

### Uruguay

Moore Stephens Auditores Asociados  
Juncal 1305, Oficina 702, Montevideo - Uruguay  
**T** +598 (2) 915 9714  
**F** +598 (2) 915 9714  
**E** auditoria@msaa.com.uy

#### Contacto:

Francisco Obes Secco Ximena Furtado Cazes  
Daniel González Coteló

### Perú

Moore Stephens Vizcarra y Asociados S.C.  
Av. El Polo N° 670, Torre C, oficina 602  
Centro Empresarial El Polo II, Santiago de Surco  
Lima, Perú  
**T** +51 (1) 208 1720  
**F** +51 (1) 208 1720  
**E** jvizcarra@moorestephensperu.com

#### Contacto:

Jaime Vizcarra Moscoso Alberto Viale Rendón  
Manuel Vértiz Vergara Justo Manrique Aragón

### Venezuela

Cifuentes, Lemus & Asociados  
Av. La Salle, Torre Phelps, Piso 26, Plaza Venezuela,  
Caracas - Venezuela  
**T** +58 (212) 781 8866  
**F** +58 (212) 781 2932  
**E** cla@moorestephens.com.ve  
jcifuentes@moorestephens.com.ve  
mlemus@moorestephens.com.ve

#### Contacto:

Juan Cifuentes Zacarías Delgado  
Luis Cifuentes Zaidet Cotoret  
Maffalda Lemus Mayerling Mejía

### República Dominicana

Moore Stephens ULA, SRL  
Av. Pedro Henríquez Ureña No. 150 Torre Diandy XIX, piso  
3. La Esperilla, Santo Domingo, República Dominicana  
**T** +1 809-566-6767  
**F** +1 809-683-6767  
**E** PUrrutia@MooreStephensULA.do  
DValerio@MooreStephensULA.do

#### Contacto:

Pedro Urrutia Joseína Liriano  
Domingo Valerio Maira Liriano

## Moore Stephens Latin America Limited

### Comité Ejecutivo

**Mauricio Durango** - Ecuador  
**Helio Yamasaki** - Brasil  
**Edgard Pérez Henao** - Colombia  
**Valeria Gagliani** - Argentina

### Directora Ejecutiva Regional

Valeria Gagliani

**T** +54 (911) 3403 1509  
**E** valeriagagliani@moorestephensla.com  
<http://msla.moorestephens.com>

Pese a que el presente documento ha sido desarrollado con base en datos confiables y con el profesionalismo característico de nuestra firma, Moore Stephens Latin America no se responsabiliza por cualquier tipo de error u omisión de información que el mismo pueda contener.

Coordinación Editorial  
Comité Ejecutivo MSLA

Coordinación General  
Mauricio Durango P.

Diagramación  
Lorena Serrano Islas