

STANDING INTERPRETATIONS COMMITTEE INTERPRETAÇÃO SIC-31**Rédito — Transacções de Troca Envolvendo Serviços de Publicidade**

O parágrafo 11 da IAS 1 (revista em 1997), Apresentação de Demonstrações Financeiras, exige que não se considerem como cumprindo as Normas Internacionais de Contabilidade as demonstrações financeiras que não satisfaçam todos os requisitos de cada norma aplicável e de cada interpretação aplicável emitida pelo Standing Interpretations Committee. As interpretações do SIC não se destinam a ser aplicadas a itens imateriais.

Referência: IAS 18, Rédito (revista em 1993).

Questão

1. Uma empresa (Vendedor) pode celebrar uma transacção de troca directa para prestar serviços de publicidade em troca de receber serviços de publicidade do seu cliente (Cliente). Os anúncios podem ser exibidos na Internet ou em locais de cartazes, emissão na televisão ou na rádio, publicados em revistas ou jornais, ou apresentados num outro meio.

2. Em alguns casos, não é trocado dinheiro ou outra retribuição entre as empresas. Em alguns outros casos, quantias iguais ou aproximadamente iguais de dinheiro ou outra retribuição são também trocadas.
3. Um Vendedor que proporcione serviços de publicidade no decurso das suas actividades normais reconhece o rédito segundo a IAS 18 a partir de uma transacção de troca directa que envolva publicidade quando, entre outros critérios, os serviços trocados forem dissemelhantes (parágrafo 12 da IAS 18) e a quantia de rédito puder ser mensurada fiavelmente (parágrafo 20(a) da IAS 18). Esta Interpretação só se aplica a uma troca de serviços de publicidade dissemelhantes. Uma troca de serviços de publicidade semelhantes não é uma transacção que gere rédito segundo a IAS 18.
4. A questão é segundo que circunstâncias pode um Vendedor mensurar fiavelmente rédito ao justo valor dos serviços recebidos ou prestados numa transacção de troca directa.

Consenso

5. O rédito de uma transacção de troca directa que envolva publicidade não pode ser mensurado fiavelmente ao justo valor dos serviços de publicidade recebidos. Porém, um Vendedor pode fiavelmente mensurar rédito ao justo valor dos serviços de publicidade que proporciona numa transacção de troca directa, por referência apenas a transacções de não troca directa que:
 - (a) envolvam publicidade similar à publicidade na transacção de troca;
 - (b) ocorram frequentemente;
 - (c) representem um número predominante de transacções e quantias quando comparado com todas as transacções que proporcionem publicidade que seja similar à publicidade na transacção de troca;
 - (d) envolva dinheiro e/ou uma outra forma de retribuição (por exemplo, títulos negociáveis, activos não monetários, e outros activos) que tenha um justo valor fiavelmente mensurável; e
 - (e) não envolva a mesma contraparte como na transacção de troca.

Data do Consenso: Maio de 2001.



Data de Eficácia: Esta Interpretação torna-se eficaz em 31 de Dezembro de 2001. As alterações em políticas contabilísticas devem ser contabilizadas de acordo com os requisitos de transição do parágrafo 46 da IAS 8.