



Pág.
2

LA IMPORTANCIA DEL
BILINGÜISMO EN EL
CONTADOR PÚBLICO

Pág.
4

RENTA EXENTA EN LOS
SERVICIOS HOTELEROS:
CONSIDERACIONES
SOBRE SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS Y
ACCESORIOS

Pág.
7

UNA MIRADA AL
TRIANGULO
DEL FRAUDE



Adriana Cespedes Tello

Líder Estratégica

Russell Bedford Cali

LABORAL



LA IMPORTANCIA DEL BILINGÜISMO EN EL CONTADOR PÚBLICO

Así como la Contabilidad es el lenguaje de los negocios, el inglés es el idioma de referencia dentro de una economía globalizada, donde la comunicación y los negocios son cada vez más frecuentes entre países, donde la apertura de los mercados internacionales provoca una gran cantidad de oportunidades.

Es esta la razón por la cual, la habilidad de comunicarse efectivamente en inglés se ha convertido en un activo imprescindible para los Contadores, Auditores y colaboradores del departamento financiero ya que, muchas de las novedades, datos contables y materiales de apoyo se encuentran publicados en inglés como las Normas Internacionales de Información Financiera, también conocidas como International Financial Reporting Standards (IFRS).

Adicionalmente, el inglés permite a los profesionales acceder a recursos actualizados, investigaciones académicas y mejores prácticas en su área.

Anteriormente el hablar una segunda lengua era un lujo o se consideraba solo para ciertas áreas, por lo tanto, los profesionales ya no lo pueden tomar como una opción sino como una necesidad, en un mundo globalizado donde el mercado, cada vez está más dominado por empresas internacionales que exigen entender, escribir y hablar este idioma.

En este sentido, el déficit de profesionales contables con inglés avanzado ha llevado a las compañías a pagar sueldos cada vez más elevados y la posibilidad de disponer de un contador con un alto nivel de inglés dentro de la compañía se ha convertido en un

lujo. La apertura al comercio internacional y el mundo digital han hecho que el inglés de negocios se convierta en pieza clave del éxito para profesionales.



El inglés permite que las empresas puedan entablar **relaciones comerciales y laborales** con más de



1,500 millones de personas

que lo hablan alrededor del mundo acorde al estudio realizado por la Universidad de Dusseldorf.

Acorde a los resultados de una encuesta realizada por The Economist, **70%** de los ejecutivos consultados afirmó que su fuerza de trabajo tendría que dominar esta lengua para realizar alguna expansión corporativa, y el **25%** destacó que incluso más de la mitad de sus empleados deben dominar el idioma para formar parte de la empresa, convirtiéndose en un criterio central en la determinación laboral.

En la actualidad, más que una ventaja competitiva el inglés empresarial se ha convertido en un must para impulsar el éxito profesional y social de las personas y empresas.

Un estudio de la reclutadora **Hays Colombia** determinó que saber inglés incrementa en una tercera parte el salario de un profesional en el país y aumenta en **50%** sus probabilidades de conseguir un mejor trabajo. Además, evita en un **80 %** los riesgos de que lo descarten en un proceso de selección.





Andrés Felipe Espinel

Acting Manager Impuestos, Legal
y Precios de Transferencia
Russell Bedford Bogotá

LEGAL

RENTA EXENTA EN LOS SERVICIOS HOTELEROS: CONSIDERACIONES SOBRE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y ACCESORIOS

La Sala Cuarta del Consejo de Estado, mediante la Sentencia No. 27549 del 5° de octubre de 2023, emitió su interpretación en cuanto a una serie de rubros “complementarios y accesorios” a la actividad hotelera, en virtud del artículo 207 – 2 del Estatuto Tributario sobre la aplicación de la Renta Exenta por este tipo de actividades. Este análisis es fundamental para entender cómo se debe tratar la renta exenta en los servicios hoteleros y cuáles son los ingresos que pueden considerarse dentro de esta categoría.

Contexto del caso

En este caso de estudio, el demandante argumentó que la Administración Tributaria interpretó y aplicó de forma indebida el artículo 207-2 numeral 3 del Estatuto Tributario y el artículo 9° del Decreto 2755 de 2003 toda vez que, desconoció el

tratamiento de la renta exenta al considerar que ciertos ingresos originados por otras actividades, no estaban vinculados a los servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles, por lo tanto dichos ingresos no deberían ser considerados como servicios accesorios o complementarios a la actividad hotelera.

Conceptos Discutidos

Entre los conceptos discutidos por la Administración Tributaria se encuentran los siguientes tipos de ingresos: “intereses; diferencia en cambio; utilidad en venta de propiedad, planta y equipo; alquiler de locales; recuperación; ingresos de ejercicios anteriores; aprovechamientos; indemnizaciones; descuentos a empleados; otros ingresos por convenios con proveedores.”

Posición de la DIAN

La DIAN manifestó que no hay lugar a extender el beneficio de Renta Exenta a estos ingresos ya que, la normativa correspondiente prevé que el servicio hotelero incluye como servicio básico el hospedaje,





y sobre este, se vinculan los servicios accesorios y complementarios, como lo son los servicios de bar, discotecas, banquetes, convenciones, eventos, entre otros.

Evolución de la Exención de Impuesto de Renta

Teniendo en cuenta lo anterior, el Consejo de Estado revisó la evolución de la exención del impuesto de renta para los ingresos provenientes del desarrollo de actividades hoteleras, conforme al artículo 207 - 2 de la Ley 788 de 2002, así como del Decreto 2755 de 2003 que reglamentó dicha disposición.

El artículo 5° del Decreto 2755 de 2003 (recopilado en el artículo 1.2.1.22.11. del Decreto 1625 de 2016) dispone: “Se entiende por servicios hoteleros, el alojamiento, la alimentación y todos los demás servicios básicos y/o complementarios o accesorios prestados por el operador del establecimiento hotelero.”

Definición de Servicios Hoteleros

El artículo 9° del Decreto 2755 de 2003 (recopilado en el artículo 1.2.1.22.15. del Decreto 1625 de 2016) amplía la definición de los servicios hoteleros como: “(...) el alojamiento, la alimentación y todos los demás servicios básicos y/o complementarios o accesorios prestados directamente por el establecimiento hotelero o por el operador del mismo.” Esta distinción es importante, ya que establece que solo los servicios directamente vinculados y prestados por el hotel o su operador pueden considerarse para la exención de renta.

Concepto de Servicios Complementarios y Accesorios

El Consejo de Estado cita el Concepto No. 75190 del 4 de noviembre de 2004 de la DIAN, en donde la Administración Tributaria indicó que se entienden por servicios complementarios aquellos que: “hacen que el servicio hotelero sea completo, «sin el cual el primero no sería perfecto», y como servicios accesorios, aquellos que no están íntimamente

relacionados con el servicio de alojamiento y, por tanto, no son indispensables para que este exista, pero son prestados por el establecimiento hotelero para tornar más agradable y cómoda la estadía de los huéspedes en el hotel, tales como servicios de restaurante, piscina, áreas húmedas (jacuzzi, sauna y baños turcos), gimnasio, telefonía, lavandería y parqueadero, entre otros.”

En todo caso, el referido Concepto 75190 de 2004 advirtió que, para la procedencia de la exención, los servicios hoteleros debían ser prestados directamente por el establecimiento hotelero o por el operador del mismo.

Análisis de Rubros Específicos

Con base en lo anterior, el Consejo de Estado revisó cada uno de los rubros discutidos por la Administración Tributaria, siendo los más relevantes los siguientes:



Alquiler de Locales: El Consejo de Estado señaló que los ingresos por arriendo de los espacios privados del Hotel podrán ser exentos de la declaración del Impuesto de Renta, siempre que sean prestado directamente por el establecimiento hotelero o su operador, y no por terceros.



Diferencia en Cambio: El Consejo de Estado indica que ésta deriva de las fluctuaciones del mercado, más no de la prestación de servicios hoteleros o sus servicios accesorios o complementarios, por lo tanto, el tratamiento de exento no puede ser extensible a este rubro.



Utilidad en la venta de propiedad, planta y equipo: En la utilidad generada por la venta de un vehículo que, inicialmente, estaba destinado para el transporte de insumos al hotel, el Consejo de Estado señala que no puede aplicarse el tratamiento de renta exenta ya que: “el emolumento proviene de la venta del automotor y no de el «alojamiento, la alimentación o a los demás servicios básicos y/o complementarios o accesorios»”



Consideraciones Finales

El análisis del Consejo de Estado establece una línea interpretativa frente a los ingresos por actividades complementarias o accesorias bastante rígida ya que, si bien parece obvio el hecho de que estos ingresos deben estar relacionadas con los servicios hoteleros, también es muy válido observar de forma más detallada el origen o finalidad de dicho ingreso.

Por ejemplo, los ingresos provenientes por diferencia en cambio que estén relacionados con la actividad hotelera (cuentas por cobrar con huéspedes o clientes el exterior) deberían considerarse parte de la actividad, ya que no se deriva de una actividad ajena o diferente a la prestada por el establecimiento hotelero.

Sin embargo, la posición propuesta por el Consejo de Estado lleva a considerar que, de ahora en adelante, los prestadores de servicios hoteleros deban interpretar adecuadamente qué ingresos hacen parte de la actividad hotelera y cuáles no, para determinar su tratamiento de renta exenta (o gravada), y cuenten con el sustento correspondiente para cada rubro en particular. Esta claridad en la interpretación es fundamental para evitar sanciones y cumplir correctamente con las obligaciones tributarias.





Nelson Giraldo Suárez

Socio de Auditoría y Revisoría Fiscal
Russell Bedford Medellín

AUDITORÍA

UNA MIRADA AL TRIANGULO DEL FRAUDE

¿Qué es el fraude?, la respuesta a esta pregunta, es fundamental tenerla presente antes de empezar a explorar el triángulo del fraude.

En el sentido más amplio, según el IIA (The Institute of Internal Auditors) el fraude tiene varias características importantes que deben ser identificadas para poder saber si cierto hecho es o fue fraudulento o no, las características son las siguientes:



El fraude es un acto ilegal:

Cuando se refiere a “ilegal” claramente se dice que los comportamientos fraudulentos se realizan por fuera de las leyes o reglamentaciones, obviando las normas y políticas establecidas dentro de una jurisdicción u organización, también quiere decir que uno de los pilares es el engaño o encubrimiento. En cualquier caso, el fraude es un hecho realizado en contravía de la confianza depositada en una persona natural o jurídica.



El fraude no depende de amenaza, violencia o fuerza física:

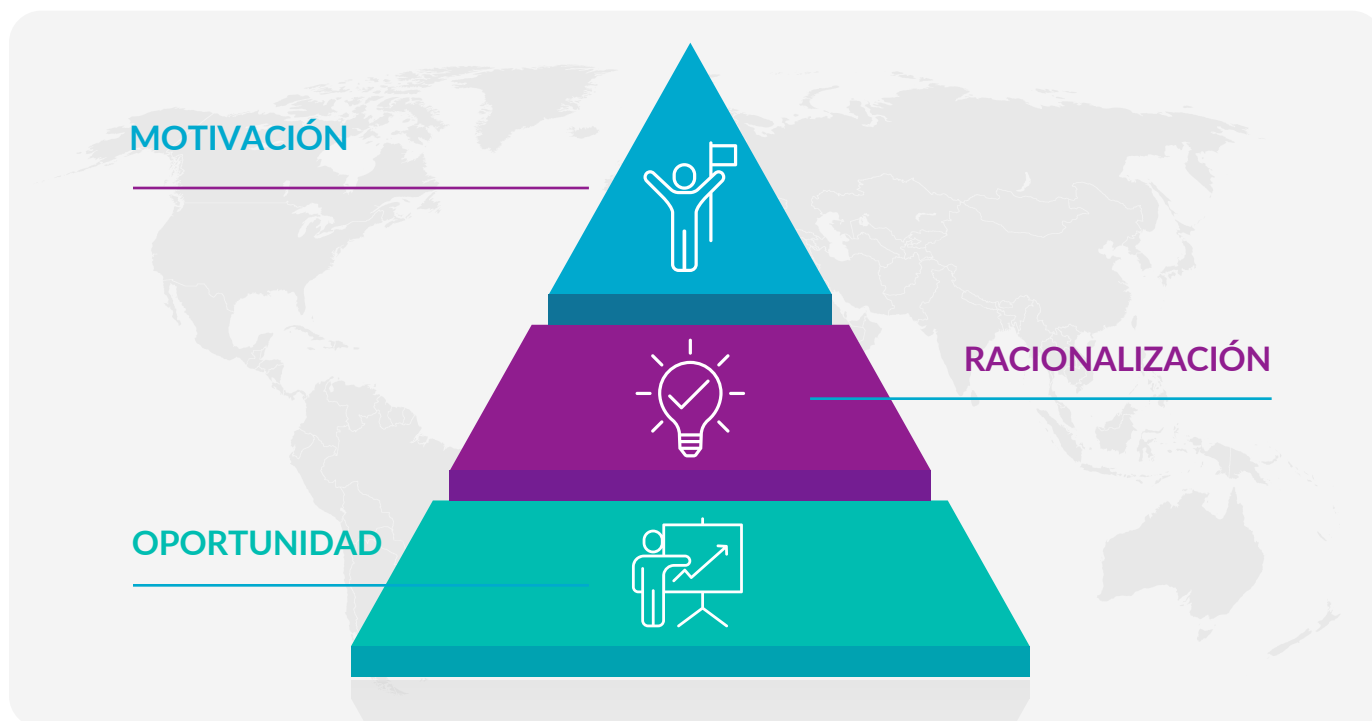
Casi siempre los fraudes son cometidos sin “herir” físicamente a las personas defraudadas, es decir, se hace de una forma elaborada desde el conocimiento de las debilidades en el control de las operaciones y desde la oportunidad a la que esto conlleva.



Los fraudes son perpetrados para asegurar una ventaja personal o comercial:

Una vez se identifica la oportunidad, el perpetrador detecta la manera de apropiar recursos, como dinero o algún otro activo, también para evitar pagos de obligaciones, o para evitar la pérdida de un beneficio.

El triángulo del fraude es un modelo, que explica las raíces del fraude, explorando de una forma muy sencilla los motivadores que pueden desencadenar en que una persona u organización, termine realizando un acto fraudulento. Este modelo fue explicado inicialmente por el Criminólogo Americano Donald Cressey's, donde trataba de entender los factores que pueden incentivar a comportamientos fraudulentos.



1. Motivación o presión: (La motivación que conduce al acto) Para que algo se haga, debe haber una causa, estos motivos se generan por presiones internas o externas que hacen sentir a las personas la necesidad de buscar alternativas no legales o dentro de las políticas, para poder solventar una necesidad o cumplir con un objetivo, básicamente las personas se encuentran con situaciones que no se pueden solucionar por los medios legítimos o permitidos, lo que lleva a pensar en que la mejor solución, puede estar por fuera de las normas o políticas establecidas. Casi siempre, las motivaciones para cometer un fraude son presiones financieras, pero también pueden existir altas expectativas exigidas por la persona o por la organización.

Algunas presiones:

- ✓ La persona tiene problemas financieros, no es capaz de pagar sus facturas.
- ✓ Las exigencias demasiado altas (poco realistas).
- ✓ Adicciones (Juegos de azar, drogas, etc).

2. Oportunidad: (La ocasión, hace al ladrón) La falta de controles dentro de una organización, hace que las personas sientan que es fácil cometer actos fraudulentos, las relaciones laborales o comerciales, basadas en la confianza deben ser respaldadas por un sistema de controles, que deje claro que sí bien hay mucha confianza, también hay un nivel razonable de controles. En pocas palabras, la oportunidad, es la sensación que tienen las personas de cometer fraude sin ser detectadas, básicamente porque no hay una supervisión de sus actividades. En particular, las oportunidades las pueden observar personas con conocimiento de las operaciones de las empresas, con un nivel de confianza muy alto o con un cargo de supervisión que facilitan que cometa el abuso.

Algunas oportunidades:

- ✓ Mala segregación de funciones.
- ✓ Falta de políticas.
- ✓ Falta de instructivos.
- ✓ No existen controles.
- ✓ No hay supervisión.



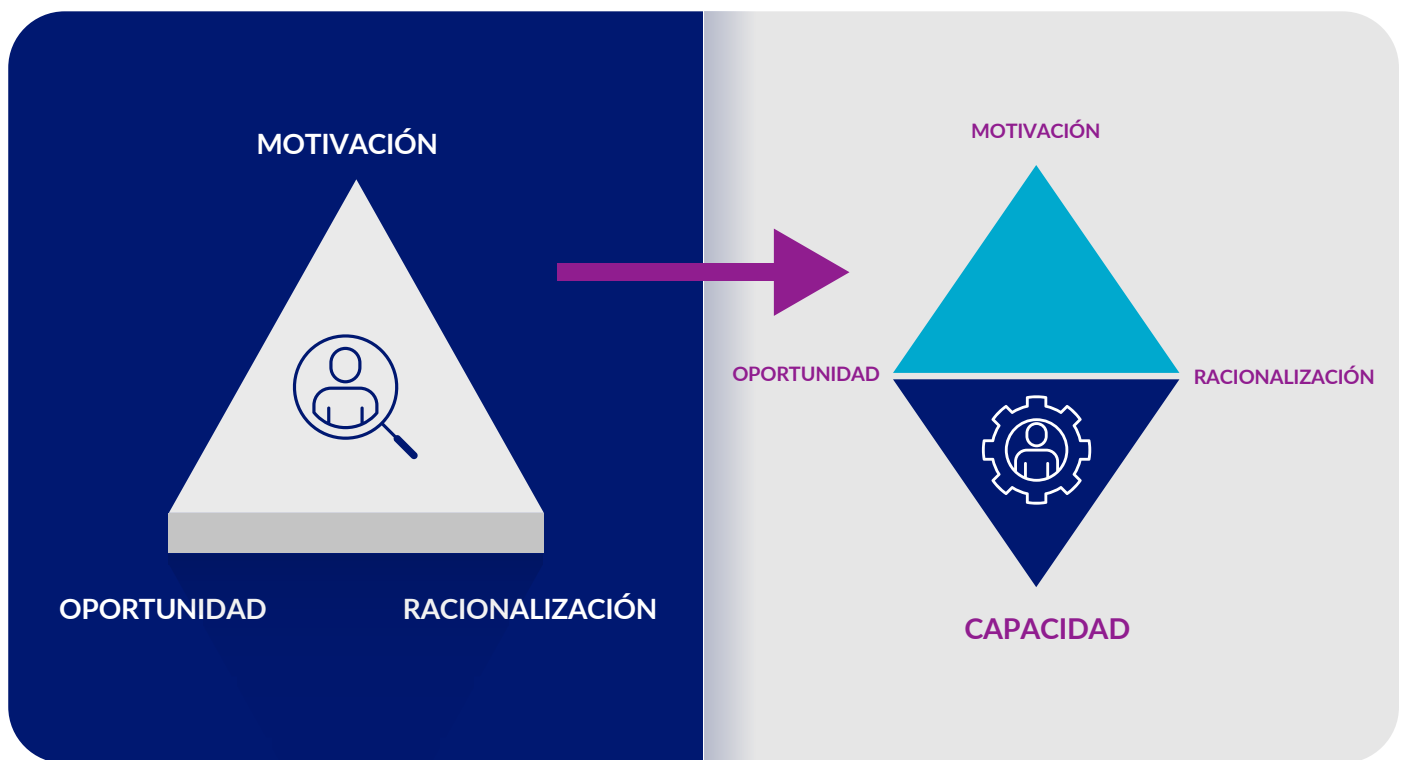
3. Racionalización: (Me lo merezco o ya otros lo han hecho) La racionalización del fraude, invita al perpetradores a justificar de alguna manera los hechos, tratando de normalizar el acto, es decir, se justifica el acto de tal manera que parezca irrelevante para la entidad, aceptable o justificable.

Algunas racionalizaciones:

✓ Esto es sólo un préstamo.

- ✓ Mi salario no es suficiente.
- ✓ La empresa gana mucho dinero.
- ✓ Es por mi familia.
- ✓ No estoy haciéndole daño a nadie.

Con los años, a este modelo se le han ido agregando nuevos ingredientes y a la fecha, algunos estudiosos de la auditoría complementan el modelo con lo que se llama “el diamante del fraude” agregando el componente de “Capacidad”.



4. Capacidad: (Solo violan la confianza las personas en la que se ha depositado confianza) Este vértice advierte que para que se cometa un fraude la persona debe tener el conocimiento de la entidad y de los procesos debido a su posición de conocimiento, poder o influencia.

Este cuarto elemento, considero está cubierto en el triángulo inicial en el vértice de oportunidad.

Este modelo entonces, es básicamente una herramienta para ayudar a los administradores, auditores y responsables del gobierno de las empresas o cualquier tipo de entidad, a detectar, que tan propensos pueden ser a la comisión de un fraude, sabiendo, que esta es una amenaza que tienen todas las entidades, sin importar el tipo o naturaleza de las operaciones.



Russell Bedford
taking you further

Russell Bedford

Bogotá

Av. 19 No. 118-30 of. 507-508

T: +57 310 4784600

Russell Bedford

Medellín

Carrera 48 No. 20 – 114 Oficina 932 Torre 2

Centro Empresarial Ciudad del Río

T: (+57) 318 692 5681

Russell Bedford

Cali

Calle 19 No. 2N-29 OF 902D

T: +57 317 3652936

Russell Bedford

Cartagena

Piso 2 Carrera 7 #No. 5A-17

T: (+57) 317 2189986

Russell Bedford

Barranquilla

Centro Empresarial Buenavista,

Cra 53 # 106 - 250 Torre A Oficina 1501

T: (+57) 317 6592465

Russell Bedford Colombia



www.russellbedford.com.co