

**MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

Decano:	Lic. José Rolando Secaida Morales
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal I:	Lic. Albaro Joel Girón Barahona
Vocal II:	Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero
Vocal III:	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal IV:	P. C. Edgar Arnoldo Quiché Chiyal
Vocal V:	P.C. José Antonio Vielman

**PROFESIONALES QUE REALIZARON LOS EXÁMENES
DE ÁREAS PRÁCTICAS BÁSICAS**

Matemática – Estadística	Lic. José de Jesús Portillo Hernández
Contabilidad	Lic. José Rolando Ortega Barreda
Auditoría	Lic. Salvador Giovanni Garrido Valdéz

**PREFESIONALES QUE REALIZARON EL EXAMEN
PRIVADO DE TESIS**

Presidente	Lic. Marco Antonio Oliva Orellana
Examinador	Lic. Edgar Adrian Archila Valdéz
Secretario	Lic. Guillermo Javier Cuyún González

Guatemala 16 de Junio del 2010

Licenciado

José Rolando Secaida Morales

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas

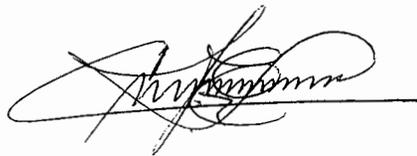
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable señor Decano:

De conformidad con la providencia, DIC. AUD. 152-2009, emitida por la decanatura de la facultad de Ciencias Económicas, fui designado como asesor de tesis del alumno Gilmar Santano Escobar Vásquez, quién efectuó la investigación del punto de tesis denominado "INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS PARA UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS", el cual deberá presentar para someterse al examen de graduación profesional, previo a optar al título de Contador Público y Auditor en el grado académico de Licenciado.

El trabajo presentado por el alumno Escobar Vásquez reúne los requisitos profesionales exigidos por la Universidad de San Carlos y estimo que es buen aporte para los estudiantes como para catedráticos interesados en conocer el tema en mención.

Atentamente,



Lic. Mynor René Suruy Contreras

Contador Público y Auditor

Colegiado 5461



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS**

Edificio "S-8"
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
SIETE DE JUNIO DE DOS MIL ONCE.**

Con base en el Punto QUINTO, inciso 5.6, subinciso 5.6.1 del Acta 14-2011 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 30 de mayo de 2011, se conoció el Acta AUDITORIA 62-2011 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 15 de marzo de 2011 y el trabajo de Tesis denominado: "INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS PARA UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS", que para su graduación profesional presentó el estudiante GILMAR SANTANO ESCOBAR VÁSQUEZ, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

M-13
LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



[Signature]
LIC. JOSE ROLANDO SECAIDA MORALES
DECANO



Smp.

Ingrid
PRENSA, C.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Porque el principio de la Sabiduría es el temor a Jehová.
- A MI ESPOSA:** Por el amor, apoyo y comprensión durante estos años.
- A MIS HIJOS:** Efrain, Roger y Kevin, quienes son la motivación para seguir adelante a pesar de las adversidades.
- A MIS PADRES:** Santano Escobar, por ser un buen padre y con su ejemplo demostrarme que todo es posible con mucho trabajo y dedicación. Cecilia Vásquez, por ser una buena madre y su amor incondicional.
- A MI HERMANA:** Cesi, por su apoyo y cariño constante.
- A MIS AMIGOS:** Por el apoyo recibido y celebrar este triunfo.
- A:** Mi querida Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I	
1 Empresa distribuidora de electrodomésticos	1
1.1 Antecedentes históricos	1
1.1.1 Definición de electrodoméstico	1
1.2 Actividades comerciales	4
1.2.1 Concepto de comercio	4
1.2.2 Aspectos generales de las empresas mercantiles en Guatemala	4
1.2.2.1 Empresa	4
1.2.2.2 Características de una empresa	5
1.2.2.3 Aspectos legales para su constitución e inscripción	6
1.3 Principales leyes aplicables	7
1.3.1 Antecedentes históricos	7
1.3.2 El contribuyente	8
1.3.3 La empresa	9
1.3.4 Entidad fiscalizadora	9
1.3.4.1 Facultades y atribuciones de la administración tributaria	10
1.3.5 La legislación tributaria en Guatemala	11
1.3.5.1 Código de Comercio (Decreto 2-70)	11
1.3.5.2 Ley del Impuesto Sobre la Renta (Decreto 26-92)	11
1.3.5.3 Ley del Impuesto al Valor Agregado (Decreto 27-92)	13
1.3.5.4 Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolos (Decreto 37-92)	14
1.3.5.5 Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria (Decreto 20-2006)	15

1.3.5.6	Impuesto de Solidaridad (Decreto 73-2008)	17
---------	---	----

CAPÍTULO II

2	La información financiera	19
2.1	Estados Financieros	19
2.2	Estructura y contenido de los Estados Financieros	19
2.2.1	Identificación de los Estados Financieros	20
2.2.2	Estado de Resultados	20
2.2.2.1	Información a Revelar en el Estado de Resultados	21
2.2.2.2	Naturaleza de los gastos	21
2.2.2.3	En función de los gastos	22
2.2.3	Balance General	23
2.2.3.1	Activo corriente	23
2.2.3.2	Pasivo corriente	24
2.2.3.3	Información a revelar en el balance	25
2.2.4	Estado de Flujo de Efectivo	28
2.2.4.1	Información a revelar en Estado de Flujo de Efectivo	28
2.2.4.2	Método directo	29
2.2.4.3	Método indirecto	31
2.2.5	Estado de Cambios en el Patrimonio Neto	33
2.2.5.1	Información a revelar en el Estado de Cambio en el Patrimonio Neto	33
2.2.6	Notas a los Estados Financieros	34
2.3	Características de los Estados Financieros	36

2.3.1	Utilidad	36
2.3.2.	Confiabilidad	36
2.3.3	Oportunidad	36
2.3.4	Objetividad	37
2.3.5	Verificabilidad	37
2.3.6	Provisionalidad	37
2.4	Finalidad de los Estados Financieros	37
2.5	Responsabilidad de la emisión de los Estados Financieros	38
2.6	Clasificación de los Estados Financieros	38
2.6.1	Principales	38
2.6.2	Secundarios	39
2.6.3	Resumidos	39
2.6.4	Detallados	39
2.6.5	Históricos	40
2.6.6	Intermedios	40
2.6.7	Estimados	40
2.7	Usuarios de los Estados Financieros	40
2.7.1	Accionistas o propietarios	40
2.7.2	Empleados	41
2.7.3	Entidades financieras y bancos	41
2.7.4	Proveedores	41
2.7.5	Clientes	41
2.7.6	Entidades recaudadores de impuestos	41
2.8	Información financiera por segmentos	42
2.8.1	Segmentos de operación	42
2.8.1.1	Segmento de negocio	42

2.8.1.2	Segmento geográfico	44
2.8.2	Alcance	47
2.8.3	Objetivos	48
2.8.4	Segmentos sobre los que debe informarse	48
2.8.5	Criterios de agregación	49
2.8.6	Umbral cuantitativos	49
2.8.7	Información a revelar	50
2.8.8	Información general	51
2.8.9	Información sobre resultados, activos y pasivos	51
2.8.10	Medición	52
2.8.11	Conciliaciones	53
2.8.12	Reexpresión de información presentada anteriormente	54
2.8.13	Información a revelar sobre la entidad en su conjunto	54
2.8.13.1	Información sobre productos y servicios	55
2.8.13.2	Información sobre áreas geográficas	55
2.8.13.3	Información sobre los principales clientes	56

CAPÍTULO III

3	Análisis e interpretación de información financiera	57
3.1	Generalidades	57
3.2	Métodos de análisis de información financiera	57
3.2.1	Análisis mediante indicadores financieros	58
3.2.2	Análisis horizontal	59
3.2.3	Análisis vertical	59
3.2.3.1	Análisis vertical por porcentajes integrales	59
3.2.3.2	Análisis por razones financieras	61

3.2.3.3	Razones de liquidez	61
3.2.3.4	Razones de solvencia	70
3.2.3.5	Razones de rentabilidad	72
3.2.3.6	Razones de estabilidad	76
3.3	Análisis de información financiera por segmentos	80
3.3.1	Análisis de segmentos por negocio	80
3.3.2	Análisis de segmentos geográficos	81
3.4	Ventajas del análisis de información financiera por segmentos	81
3.5	Participación de Contador Público y Auditor.	82

CAPÍTULO IV

INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS PARA UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS (CASO PRÁCTICO)

4	Enunciado	83
4.1	Razones financieras al Estado de Resultados	85
4.1.1	Razones financieras al Balance General	88
4.1.2	Comparación de índices con empresas similares	91
4.2	Identificación de segmentos	92
4.2.1	Segmentos de negocio	92
4.2.2	Segmentos geográficos	93
4.3	Distribución de costos y gastos	93
4.4	Umbrales cuantitativos	94
4.4.1	Identificación de los segmentos de negocio sobre los que debe informarse	95
4.4.2	Prueba de activos	96

4.4.3	Identificación de los segmentos geográficos sobre los que debe informarse	96
4.4.4	Prueba de activos	98
4.5	Elaboración de estados financieros	98
4.5.1	Estado de resultados por segmentos de negocio, detallado por zonas	99
4.5.2	Análisis del estado de resultados por segmentos de negocio	100
4.5.3	Balance general por segmentos de negocio	103
4.5.4	Análisis por Razones Financieras al Estado de Resultados y Balance General por segmentos de negocio	105
4.5.5	Estado de Resultados por segmento geográfico, detallado por productos	111
4.5.5.1	Análisis de la información financiera por segmentos geográficos	113
4.5.5.2	Balance General por segmentos geográficos	116
4.5.5.3	Análisis por razones financieras al Estado de Resultados y Balance General por segmentos geográficos	117
CONCLUSIONES		123
RECOMENDACIONES		124
BILBIOGRAFÍA		125

INTRODUCCIÓN

Esta tesis denominada “INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS PARA UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS”, es el resultado del análisis del Estado de Resultados y Balance General del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2008, con el fin de demostrar que con la aplicación de la norma internacional de información financiera número 8 “Segmentos de Operación” se identifican los segmentos de negocio y geográficos con mayor y menor rentabilidad.

El objetivo general de esta investigación es proponer una guía de trabajo para analizar la información financiera, específicamente el Estado de Resultados y el Balance General, aplicando las herramientas que se tienen a mano como lo son las razones financieras y la norma internacional de información financiera número 8 “Segmentos de Operación”.

Como resultado de la investigación realizada, la presente tesis consta de cuatro capítulos, el capítulo uno contiene los antecedentes históricos de la empresa, así como aspectos generales de las empresas mercantiles en Guatemala, características, aspectos legales para su constitución e inscripción y las principales leyes aplicables a la empresa objeto de estudio.

El capítulo dos está integrado por ejemplos de los estados financieros básicos, características, finalidad, responsabilidad de la emisión, clasificación y los diferentes usuarios de los mismos. Continuamos con un resumen de la norma internacional de información financiera número 8 “Segmentos de Operación”.

El capítulo tres contiene el análisis e interpretación de la información financiera, por medio de sus diferentes métodos, de los cuales tenemos análisis vertical por porcentos integrales, por razones financieras y el análisis por segmentos de operación.

En el capítulo cuatro se desarrolla el caso práctico donde se analiza el Estado de Resultados y el Balance General, por razones financieras, para ser comparadas con las aplicadas al Estado de Resultados y Balance General reestructurado en base a la Norma Internacional de Información Financiera número 8 “Segmentos de Operación”, se identifican los diferentes segmentos de negocio para finalmente reestructurar el Balance General y Estado de Resultados por segmentos de negocio y geográficos.

Finalmente se presenta la sección de conclusiones y recomendaciones para que el lector comprenda la importancia que tiene analizar la información financiera (Estado de Resultados y Balance General), ya que por medio del mismo se detectan las áreas más sensibles de la empresa.

CAPÍTULO I

1 EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS

1.1 Antecedentes históricos

La empresa fue constituida el 20 de febrero del año 2000 en la ciudad de Guatemala, bajo la figura de sociedad anónima. Su actividad principal es la compra, venta, importación y exportación de electrodomésticos. Esta empresa forma parte de un grupo corporativo, cuya casa matriz está ubicada en la ciudad de México, la cual cotiza sus acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V., por tal motivo es necesario presentar sus Estados Financieros de acuerdo a Normas Internacionales de Información Financiera, en este caso específico conforme la norma número 8 “Segmentos de Operación”.

1.1.1 Definición de Electrodoméstico

Un electrodoméstico es una máquina que realiza algunas tareas domésticas rutinarias, como pueden ser cocinar, conservar los alimentos, o limpiar, tanto para un hogar como para instituciones, comercios o industria. Un electrodoméstico se diferencia de un aparato de fontanería en que el electrodoméstico utiliza una fuente de energía para su operación distinta al agua (generalmente, la electricidad).

Dentro de la categoría genérica de electrodomésticos podemos distinguir los siguientes grupos:

✓ Línea marrón

Hace referencia al conjunto de electrodomésticos de vídeo y audio. El sector está viviendo un auténtico auge debido a la continua aparición de novedades tecnológicas que mejoran las ofertas anteriores. Así, los mayores crecimientos en ventas de los últimos años se han producido en reproductores de DVD y Home cinema. La aparición de las pantallas plasma prometen una revolución similar en los próximos años.

Esta categoría incluye:

- Televisor / Televisión
- Reproductor de audio
- Reproductor de vídeo
- Cadena de música
- Reproductor de DVD
- Home cinema
- Celulares

✓ Línea Blanca

Se refiere a los principales electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del hogar. Incluye:

- Estufa doméstica
- Horno
- Lavadora / lavarropas
- Lavaplatos / lavavajillas
- Refrigerador / nevera / heladera y congelador)
- Armario bodega / Armario climatizado para vino
- Campana extractora / Campana
- Secadora / secarropas
- Calentador / Boiler
- Calefactor
- Aire acondicionado
- Bodega climatizada

Los grandes electrodomésticos pueden ser divididos, en grandes rasgos, en equipos de refrigeración, calefacción, equipamiento de lavado y mixtos.

✓ **Pequeñas aplicaciones de electrodomésticos (PAE)**

Se divide en tres categorías:

- **Mantenimiento de la casa.**
 - ❖ Plancha
 - ❖ Aspiradora
 - ❖ Abrillantadora o Brilladora
 - ❖ Estufa
 - ❖ Ventilador

- **Preparación alimentaria.**
 - ❖ Microondas
 - ❖ Sandwichera
 - ❖ Licuadora
 - ❖ Cafetera
 - ❖ Tostadora
 - ❖ Freidora
 - ❖ Batidora
 - ❖ Multiprocesadora / robot de cocina

- **Higiene y belleza.**
 - ❖ Depiladora
 - ❖ Afeitadora o máquina / maquinilla de afeitar
 - ❖ Secador de pelo
 - ❖ Moldeador
 - ❖ Cepillo eléctrico

1.2 Actividades comerciales

1.2.1 Concepto de comercio

La palabra comercio deviene de:

Comercio = lucro, intercambio, compra venta, cuyo fin es la satisfacción de necesidades.

El comercio es igual a negocio y esto es un trato que a la vez es una relación entre partes. El comercio es un intercambio de cosas materiales y cosas espirituales (comercio de ideas).

Comercio es la negociación y tráfico que se hace comprando, vendiendo o permutando unas cosas con otras o la negociación de las producciones de la naturaleza y de la industrialización a objeto de lograr una ganancia. Las mismas son realizadas por el comerciante y enmarcadas dentro de las normas vigentes.

1.2.2 Aspectos generales de las empresas mercantiles en Guatemala

1.2.2.1 Empresa

Una empresa es una organización del sistema económico, que mediante una determinada combinación de recursos y materiales (factores), permite a través de la gestión eficiente de un conjunto de actividades de producción, distribución y consumo de bienes y servicios a sus titulares, obtener de ello un beneficio o utilidad.

Es el conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos coordinados, para ofrecer al público, con propósitos de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios.

1.2.2.2 Características de una empresa

- a) Ser una organización que funciona de manera integrada, para alcanzar determinados fines u objetivos que interesan a la organización como tal y en alguna medida, a todos sus integrantes.

- b) Tener como objetivo la obtención de beneficios económicos y el disponer racionalmente los medios apropiados para alcanzarlos. En otras palabras, cualquiera sea el tipo de empresa, siempre buscan obtener beneficios y utilidades en cuanto a organización, además de los objetivos que persigan sus miembros. Por cierto, distintos pueden ser los beneficios y utilidades que se persigan, y quienes se apropien mayormente de ellos. Además toda empresa tiene una racionalidad o lógica operacional, o sea, opera organizando del mejor modo los medios disponibles para que los beneficios perseguidos se logren. Las racionalidades y lógicas operacionales de la empresa son también diferenciadas.

- c) Estar constituida por un conjunto de factores o elementos que hacen algún aporte o contribuyen de algún modo a la operación económica y a la generación de los beneficios buscados, y por un conjunto de relaciones que ligan económica, institucional y tecnológicamente dichos elementos configurando la compleja organización empresarial.

- d) Realizar las actividades económicas fundamentales de producción, circulación y consumo. Por cierto, tales actividades deben ser entendidas en el sentido amplio: Producción, que incluye la combinación y organización de los factores y su operación en orden a la elaboración de bienes de servicios económicos; circulación, que comprende todos los movimientos o flujos de bienes económicos, la asignación de recursos y factores y la distribución de bienes, valores y beneficios

obtenidos, entre distintas personas o grupos, dentro de la empresa; consumo, que puede referirse tanto a los recursos e insumos como a los bienes y servicios producidos, y que consiste en su utilización en orden a la satisfacción de las necesidades, aspiraciones y deseos de los sujetos económicos.

1.2.2.3 Aspectos legales para su constitución e inscripción

En este caso el tipo de empresa es una sociedad anónima, para su constitución se deben seguir los pasos siguientes:

- Se debe faccionar en escritura pública ante un notario, en la cual se deben plasmar los aspectos generales de la sociedad, tales como, dirección, objeto, tiempo de funcionamiento, capital social (el cual no debe ser menor de cinco mil quetzales), número de acciones, tipo de acciones (comunes o preferentes, o ambas).
- Pagar el capital social (por lo menos cinco mil quetzales), depositado en una cuenta monetaria o de ahorro en un banco nacional.
- Nombrar un administrador único o representante legal.

Para la inscripción en el Registro Mercantil se deben seguir los siguientes pasos:

- Llenar el formulario para inscribirse como sociedad anónima, la cual queda inscrita provisionalmente.
- Luego de inscribirse formalmente se debe solicitar la patente de comercio de la empresa.
- Inscribir el nombramiento del representante legal.

Para la inscripción ante la Superintendencia de Administración Tributaria se deben seguir los siguientes pasos:

- Llenar el formulario respectivo para la inscripción, al cual se deberá adjuntar fotocopia de patente de sociedad, patente de comercio, escritura de constitución, nombramiento del representante legal, copia de cédula del representante legal y copia de recibo de agua, luz o teléfono de fecha reciente del lugar donde será el domicilio fiscal.
- Habilitación de libros, diario, inventario, mayor, Estados Financieros y actas, los cuales deberán ser autorizados posteriormente por el Registro Mercantil.

Con estos pasos la empresa queda formalmente constituida e inscrita donde corresponde, adicionalmente si tiene más de tres empleados deberá inscribirse en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.

1.3 Principales leyes aplicables

1.3.1 Antecedentes históricos

En Guatemala las leyes en materia fiscal han sufrido una serie de modificaciones en forma aislada y continuada que confunden su aplicación, y muchas veces no existe una relación entre los cambios y las normas que permanecen vigentes.

A ello se agrega que los legisladores al promulgar una nueva ley anotan que se derogan todas las leyes y disposiciones que se opongan a lo dispuesto en esta ley. Esta forma de derogar genéricamente también ha producido confusiones dentro del sistema jurídico tributario.

Es a través del Código Tributario Decreto número 6-91 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas, que se han reunido aspectos generales de la mayoría de leyes tributarias, lo que permite una mejor interpretación y aplicación de ciertas materias.

El Código Tributario clasifica y define los tributos en la siguiente forma:

- a) **Impuesto:** es el tributo que tiene como hecho generador, una actividad estatal general no relacionada concretamente con el contribuyente.
- b) **Arbitrios:** es el impuesto decretado por ley a favor de una o varias municipalidades.
- c) **Contribución especial:** es el tributo que tiene como determinante del hecho generador, beneficios directos para el contribuyente, derivados de la realización de obras públicas o de servicios estatales.
- d) **Impuestos reales o personales:** en los impuestos reales solo se atiende al hecho objetivo gravado y no a factores personales del contribuyente para determinar el monto de la prestación; por el contrario, en los impuestos personales se considera la situación personal del contribuyente tomando en cuenta la totalidad de sus ingresos.

1.3.2 El contribuyente

Como contribuyente se identifica al sujeto sobre el cual recae una obligación tributaria al suscitarse las condiciones que señale determinada ley para pagar un tributo. La ley lo define también como sujeto pasivo de la obligación tributaria, o sea, aquel que por su vinculación a los hechos constitutivos del hecho generador del impuesto resulta obligado al pago de la obligación tributaria.

En nuestra legislación, el Código Tributario en su capítulo II, sección segunda, establece que son contribuyentes: las personas individuales, prescindiendo de su capacidad legal, según el derecho privado y las personas jurídicas, que realicen o respecto de las cuales se verifica el hecho generador de la obligación tributaria. El

contribuyente o sujeto pasivo es entonces el obligado por determinación expresa de la ley al pago de los tributos y al cumplimiento de los deberes formales de las leyes, pago de intereses y sanciones pecuniarias.

1.3.3 La empresa

Según el Código de Comercio Decreto 2-70 del Congreso de la República, la empresa mercantil es el conjunto de trabajo de elementos materiales y de valores incorpóreos coordinados para ofrecer al público, con propósito de lucro o de manera sistemática, bienes y servicios. La empresa mercantil es considerada como un bien mueble.

1.3.4 Entidad fiscalizadora

El sujeto activo de la obligación tributaria es el Estado o el ente público acreedor del tributo. La entidad fiscalizadora es la encargada de velar porque el tributo sea percibido por el sujeto activo.

El Código Tributario se refiere al ente fiscalizador como a la administración tributaria. Básicamente define que es la Dirección General de Rentas Internas, la cual está administrada por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), la Dirección General de Aduanas y cualquier otra dependencia a la que la ley le asigne funciones de administración, recaudación, control y fiscalización de tributos. La función que se asigna a la administración tributaria es la de planificar, programar, organizar, dirigir, ejecutar, supervisar y controlar todas las actividades que tengan vinculación con las relaciones jurídico tributarias que surjan como consecuencia de la aplicación, recaudación y fiscalización de los tributos.

1.3.4.1 Facultades y atribuciones de la administración tributaria

La administración tributaria es la designada a verificar el correcto cumplimiento de las leyes tributarias. El Código Tributario establece que deberá actuar conforme las normas del mismo y las establecidas en las leyes y reglamentos específicos con el objeto de verificar la aplicación, fiscalización, recaudación y control de los tributos.

- a) Requerir a los contribuyentes o responsables que proporcionen los elementos que constituyan la base imponible para la correcta determinación de la obligación Tributaria.
- b) Verificar el contenido de las declaraciones e informaciones incluyendo sistemas computarizados con el fin de establecer el hecho generador y el monto del tributo correspondiente.
- c) Cobrar jurídicamente los impuestos.
- d) Contratar profesionales para el mejor desempeño de sus actividades.
- e) Efectuar tasaciones de bienes o derechos en los casos que el contribuyente no los proporcione.

Para este último propósito la administración tributaria tiene facultades para la fiscalización, pudiendo requerir a los contribuyentes o responsables:

- Libros, registros de contabilidad, documentos que respalden las operaciones registradas, y otros elementos vinculados con la tributación y que correspondan a actividades económicas y financieras. De acuerdo con las facultades que la ley le otorga, la administración tributaria puede revisar prácticamente toda la información de un contribuyente siempre que esté relacionada con el pago de tributos.

1.3.5 La legislación tributaria en Guatemala

Para efectos de la presente tesis se incluirán como ilustraciones, leyes tributarias aplicables a todos los contribuyentes, ya que no es el objetivo hacer un análisis de cada una de ellas, ya que sería muy extenso. Sin embargo, las incluidas en este capítulo, representan una muestra, no sólo de aplicación general, sino importante para cualquier contribuyente que emprenda una actividad mercantil, ya que dichas leyes afectan su actividad de una y otra forma.

1.3.5.1 Código de Comercio (Decreto 2-70).

Estipula que es aplicable a comerciantes en su actividad profesional, los negocios jurídicos mercantiles y cosas mercantiles, y en su defecto por las del derecho civil que se aplicarán e interpretarán de conformidad con los principios que inspira el derecho mercantil. No son comerciantes: los que ejercen una profesión liberal, los que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias o similares en cuanto se refiere al cultivo y transformación de los productos de su propia empresa y los artesanos que sólo trabajen por encargo o que no tengan almacén o tienda para el expendio de sus productos.

La inscripción de una sociedad ante el registro mercantil, le otorga el derecho al uso exclusivo de su razón social o de su denominación, la que deberá ser claramente distinguible de cualquier otra y no podrá ser adoptada por sociedad del mismo o semejante objeto, mientras subsista inscrita la primera.

1.3.5.2 Ley del Impuesto Sobre la Renta (Decreto 26-92)

El objetivo es establecer un impuesto sobre la renta que obtenga toda persona individual o jurídica, nacional o extranjera, domiciliada o no en el país, así como cualquier ente, patrimonio o bien que especifique esta ley, que provenga de la inversión de capital, del trabajo o de la combinación de ambos.

Cuando se inscribe ante la Superintendencia de Administración Tributaria, existen dos opciones, las cuales son:

- a) **Régimen general:** Contemplado en el artículo 44 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta establece una tarifa del 5% sobre el total de los ingresos gravados mensuales, pudiendo efectuar retención definitiva o pago directamente a cajas fiscales.

- b) **Régimen optativo:** Contemplado en el artículo 72 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, podrán optar por pagar el impuesto aplicando a la renta imponible determinada y a las ganancias de capital, el tipo impositivo del treinta y uno por ciento (31%). En este régimen, el impuesto se determinará y pagará por trimestres vencidos, sin perjuicio de la liquidación definitiva del período anual.

Los contribuyentes que opten por este régimen, deberán cumplir con lo siguiente:

- I. Llevar contabilidad completa en libros habilitados por la Superintendencia de Administración Tributaria, y autorizados por el registro mercantil.
- II. Realizar pagos trimestrales.
- III. Presentar declaración anual, calculando y pagando el impuesto.
- IV. Presentar adjunto a la liquidación definitiva anual información en detalle de sus ingresos, costos y pagos deducibles durante el período fiscal.
- V. Consignar en las facturas que emitan por sus actividades comerciales la frase "Sujeto a Pagos Trimestrales".

1.3.5.3 Ley del Impuesto al Valor Agregado (Decreto 27-92).

Establece un Impuesto al Valor Agregado sobre los actos y contratos por medio de los cuales se transfiera la propiedad de bienes muebles e inmuebles, así como la prestación de servicios dentro del territorio nacional, la base imponible en ningún caso será menor al precio de adquisición o al costo de fabricación de los bienes.

a) **Crédito fiscal:** Es la suma del impuesto cargado al contribuyente por las operaciones afectas durante el mismo período. Se reconocerá crédito fiscal cuando se cumplan los requisitos siguientes:

- I. Que se encuentre respaldado por las facturas, facturas especiales, notas de crédito impresas por la imprentas o los contribuyentes que auto-impriman los documentos y que se encuentren inscritas en registro fiscal de imprentas, así mismo como aquellos recibos de pago cuando se trate de importaciones o de las escrituras públicas;
- II. Que dichos documentos se emitan a nombre del contribuyente y que contengan su número de identificación tributaria;
- III. Que el documento indique en forma detallada el concepto, unidades y valores de la compra de los bienes y cuando se trate de servicios, debe especificarse concretamente la clase de servicio recibido;
- IV. Que se encuentren registrados en el libro de compras; y
- V. Que el saldo del crédito fiscal se encuentre registrado en los libros de contabilidad como una cuenta por cobrar a favor del contribuyente.

- b) **Débito fiscal:** Es la suma del impuesto que resulte por la emisión de facturas por ventas que realicen y por los servicios que presten, incluso respecto a las operaciones exentas, notas de débito por aumentos del precio o recargos por operaciones ya facturadas.

La suma neta que el contribuyente debe enterar al fisco en cada período impositivo, es la diferencia entre el total de débitos y el total de créditos fiscales generados.

Independientemente de las obligaciones que establece el Código de Comercio en cuanto a la contabilidad mercantil, los contribuyentes deberán llevar y mantener al día un libro de compras y servicios recibidos u otro de ventas y servicios prestados.

Los contribuyentes deberán presentar, dentro del mes calendario siguiente al del vencimiento de cada período impositivo, una declaración del monto total de las operaciones realizadas en el mes calendario anterior, utilizando los formularios que proporcionará la dirección al costo de su impresión.

1.3.5.4 Ley del Impuesto de Timbre Fiscales y de Papel Sellado Especial para Protocolos (Decreto 37-92).

Establece un impuesto de carácter documental, es decir un impuesto sobre la emisión de documentos como: contratos civiles y mercantiles, títulos profesionales, comprobantes por pagos de premios en loterías, rifas y premios otorgados por entidades públicas o privadas, entre otros. En algunos casos la ley establece una tarifa (monto) de impuesto específico, mientras que en otros la tarifa es del 3% sobre el valor del documento emitido, que no podrá ser menor al que conste en los registros públicos, matriculas, catastros o en listados oficiales.

Cuando el valor consignado en el documento gravado con tarifas al valor, sea de hasta treinta y tres quetzales (Q. 33.00), no se genera impuesto.

La distribución y venta de timbres fiscales y papel sellado especial para protocolos está a cargo de la Dirección General de Rentas Internas.

El pago del impuesto puede hacerse de tres formas, las cuales son:

- Adhiriendo timbres fiscales al documento,
- Por medio de máquinas estampadoras, o;
- En efectivo, en las cajas fiscales o en cualquier banco del sistema.

Cuando el impuesto a pagar sea mayor a tres mil quetzales exactos, el pago debe ser obligatoriamente en efectivo, en los bancos del sistema o en instituciones autorizadas para el efecto.

1.3.5.5 Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria (Decreto 20-2006)

En la actualidad se han detectado prácticas de evasión y elusión tributarias debido a la debilidad, ambigüedad o carencia de normas precisas que permitan la generalidad, equidad y certeza del marco jurídico impositivo, es necesario crear normas legales que le permitan al Estado de Guatemala, contar con los recursos necesarios para atender los problemas sociales.

- a) **Agentes de retención:** Son los contribuyentes que notificados por la Superintendencia de Administración Tributaria están obligados a

retener el quince por ciento (15%) del Impuesto al Valor Agregado (IVA) por la adquisición de productos, así como de servicios, incluido en el monto total de cada factura, exceptuando a los contribuyentes comprendidos en el Decreto número 29-89 del Congreso de la República.

Las personas individuales o jurídicas propietarias de empresas clasificadas para hacer uso de los incentivos establecidos en el Decreto número 29-89 del Congreso de la República, que se dediquen a la exportación de bienes o de servicios al momento de comprar o adquirir bienes, productos o servicios pagarán al vendedor o prestador del servicio, el treinta y cinco por ciento (35%) del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y le retendrán el sesenta y cinco por ciento (65%) de dicho impuesto, incluido en el monto total de cada factura. En todos los casos, la totalidad del impuesto retenido por el exportador será compensable con su crédito fiscal sujeto a devolución.

En las compras de bienes y adquisición de servicios que realicen los organismos del Estado, las entidades descentralizadas, autónomas y semiautónomas y sus empresas, con excepción de las municipalidades, pagarán al vendedor del bien o prestador del servicio, el setenta y cinco por ciento (75%) del Impuesto al Valor Agregado y le retendrán el veinticinco por ciento (25%).

En el caso de la adquisición de combustible que sea pagado con tarjetas de crédito o de débito, el agente de retención retendrá el uno punto cinco por ciento (1.5 %) sobre el valor total de la transacción, siempre que en el precio de venta, también este incluido el Impuesto a la Distribución del Petróleo Crudo y Combustibles Derivados del Petróleo.

No practicarán la retención que corresponda, cuando les presten servicios o hagan compras menores a dos mil quinientos quetzales (Q.2,500.00).

b) **Obligaciones de los agentes de retención:** Los agentes de retención tienen las obligaciones siguientes:

- Efectuar las retenciones establecidas en la ley, cuando deban actuar como agentes de retención.
- Enterar la totalidad del impuesto retenido y presentar ante la Administración Tributaria, dentro de los primeros quince (15) días hábiles del mes inmediato siguiente, a aquel en el que se realice la retención.
- Llevar en la contabilidad un registro auxiliar con el detalle completo de las retenciones efectuadas.
- Entregar la constancia de retención pre numerada y autorizada por cada operación sujeta a retención del Impuesto al Valor Agregado, o de forma consolidada cuando el proveedor haya realizado más de una transacción con el agente de retención durante el mismo mes calendario.
- Estar al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

1.3.5.6 Impuesto de Solidaridad (Decreto 73-2008)

Es un impuesto a cargo de personas individuales o jurídicas, fideicomisos, contratos de participación, sociedades irregulares, sociedades de hecho, encargo de confianza, sucursales, agencias o establecimientos permanentes o temporales de personas extranjeras que operen en el país, copropiedades, comunidades de bienes, patrimonios hereditarios indivisos y de otras formas de organización empresarial, que dispongan de patrimonio propio, realicen actividades mercantiles

o agropecuarias en el territorio nacional y obtengan un margen bruto superior al 4% de sus ingresos brutos.

- **Ingresos brutos:** Es el conjunto total de las rentas brutas, percibidas o devengadas, habituales o no, incluyendo los ingresos de la venta de activos fijos obtenidos, declarados o que debieron declararse por el sujeto pasivo durante el período de liquidación definitiva anual del impuesto sobre la renta anterior al que se encuentre en curso durante el trimestre por el que se determina y paga este impuesto. Se excluyen los ingresos por resarcimiento de pérdidas patrimoniales o personales provenientes de contratos de seguro, reaseguro y reafianzamiento y las primas cedidas de reaseguro y reafianzamiento correspondientes al período indicado.
- **Margen bruto:** Es la sumatoria del total de ingresos brutos por servicios prestados más la diferencia entre el total de ventas y su respectivo costo de ventas. Los gastos de ventas y administración no deben incluirse como el costo de ventas.
- **Hecho generador:** Es la realización de actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional por las personas, entes o patrimonios.
- **Período impositivo:** Es trimestral y se calculará por trimestre calendario.
- **Base imponible:** La constituye la que sea mayor entre:
 - a) La cuarta parte del monto de activo neto; o
 - b) La cuarta parte de los ingresos brutos.

En el caso de los contribuyentes cuyo activo neto sea más de cuatro veces sus ingresos brutos, aplicarán la base imponible establecida en la literal b).

CAPÍTULO II

2 LA INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 Estados Financieros

“La situación de una entidad y los resultados obtenidos como consecuencia de las transacciones mercantiles efectuadas en cada ejercicio contable, se presentan por medio de los llamados Estados Financieros, los que se formulan con datos que figuran en la contabilidad, para suministrarle información a los interesados en el negocio.” (16:14)

“Los Estados Financieros muestran la posición financiera y el resultado de las operaciones de todo el negocio al final del período contable anual o por períodos más cortos; así mismo, los Estados Financieros informan acerca del progreso y el resultado obtenido por el negocio en base a las decisiones tomadas por la administración.” (9:48)

En conclusión, los Estados Financieros son una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento de una entidad, así como de la capacidad de generar flujos de efectivo, para cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo, por tanto, los Estados Financieros están preparados para una amplia variedad de usuarios, con el fin de garantizar la toma de decisiones financieras.

2.2 Estructura y contenido de los Estados Financieros

A continuación se presenta la estructura y contenido de la información expresada en los Estados Financieros, también puede existir información que se refleje en el cuerpo de los Estados Financieros como en las notas a los mismos.

2.2.1 Identificación de los Estados Financieros

Los componentes de los Estados Financieros deben estar claramente identificados, con el objeto de distinguir cualquier otra información publicada por la entidad en el mismo documento. Para su correcta comprensión, la información presentada debe contener como mínimo lo siguiente:

- a) Nombre de la entidad,
- b) Si los Estados Financieros pertenecen a una entidad individual o a un grupo de entidades,
- c) La fecha o el período cubierto,
- d) La moneda de presentación, y
- e) El redondeo utilizado

Los Estados Financieros deben ser presentados con una periodicidad de tiempo que será como mínimo anual, sin embargo, se pueden presentar en períodos superiores o inferiores a un año, para lo cual la entidad deberá informar el período concreto cubierto por la información financiera.

2.2.2 Estado de Resultados.

También denominado Estado de Pérdidas y Ganancias, sirve para medir los resultados económicos de un negocio en particular, durante un período determinado. A través del mismo se conoce el importe de las ganancias o las pérdidas ocasionadas por el negocio. Su importancia no sólo radica en la determinación de los resultados netos para distribuir entre los propietarios del negocio, si no es un instrumento eficaz que evidencia el grado de efectividad con qua ha trabajado la organización.

2.2.2.1 Información a revelar en el Estado de Resultados

En el Estado de Resultados se incluirán, como mínimo, integraciones específicas con los importes que correspondan en las siguientes partidas para el ejercicio:

- a) Ingresos ordinarios;
- b) Gastos financieros;
- c) Participación en el resultado del ejercicio de las asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen según el método de la participación;
- d) Impuesto sobre las ganancias;
- e) Único importe que comprenda el resultado después de impuestos procedentes de las actividades ininterrumpidas y el resultado después de impuestos que se haya reconocido por la medida de valor razonable menos los costes de venta; y
- f) Resultado del ejercicio.

Existen dos métodos de presentación del Estado de Resultados los cuales son:

2.2.2.2 Naturaleza de los gastos

“Los gastos se agruparán en la cuenta de resultados de acuerdo con su naturaleza (por ejemplo amortización, compra de materiales, costes de transporte, retribuciones a los empleados y costes de publicidad) y no se redistribuirán atendiendo a las diferentes funciones que se desarrollan en el seno de la entidad. Este método resulta simple de aplicar, puesto que no es necesario distribuir los gastos de la explotación entre las diferentes funciones que lleva a cabo la entidad.” (11:22). Ejemplo:

Ingresos ordinarios	X
Otros ingresos	X
Variación de las existencias de productos terminados y en curso	X
Consumo de materias primas y materiales secundarios	X
Gastos por retribuciones a los empleados	X
Gastos por amortización	X
Otros gastos de explotación	X
	<hr/>
Total de gastos	X
	<hr/>
Resultado del ejercicio (Beneficio)	X
	<hr/> <hr/>

2.2.2.3 En función de los gastos

También llamada método del “costo de las ventas”, consiste en clasificar los gastos de acuerdo con su función como parte del costo de las ventas. Siguiendo este método la entidad deberá revelar su costo de ventas con independencia de los otros gastos. Este tipo de presentación puede suministrar a los usuarios información más relevante que la presentada en el método de naturaleza de los gastos, pero hay que tener en cuenta que la distribución de los gastos por función puede resultar arbitraria, e implicar la realización de juicios subjetivos. Ejemplo:

Ingresos ordinarios	X
(-) Costo de ventas	(X)
Margen bruto	<hr/> X
Otros Ingresos	X
Gastos de distribución	(X)
Gastos de administración	(X)
Otros gastos	(X)
Resultado del ejercicio (Beneficio)	<hr/> X <hr/>

“Las entidades que clasifiquen sus gastos por función, revelarán información adicional sobre la naturaleza de tales gastos, que incluirán al menos el importe de los gastos por amortización y el gasto por retribuciones a los empleados.” (11:22)

2.2.3 Balance General

El Balance General, también conocido como estado de situación patrimonial o balance de situación, es un conjunto de datos e informaciones presentados a modo de documento final que incluye un panorama de la situación financiera de una entidad o empresa y que a menudo tiene lugar una vez al año. El balance o estado de situación conjuga en sí mismo los conceptos de activos, pasivos y Patrimonio Neto, como los tres elementos fundamentales que configuran la contabilidad de una institución.

La entidad presentará sus activos corrientes y no corrientes, así como sus pasivos corrientes y no corrientes, como categorías separadas dentro del balance, excepto cuando la presentación basada en el grado de liquidez proporcione una información relevante que sea más fiable. Cuando se aplique tal excepción, todos los activos y pasivos se presentarán atendiendo, en general, al grado de liquidez.

Según la Norma Internacional de Contabilidad número 1 la estructura del Balance General es así:

2.2.3.1 Activo corriente

Un activo corriente se clasificará como tal si cumple alguno de los siguientes criterios:

- a) Se espere realizar en el transcurso del ciclo normal de explotación de la entidad;
- b) Se mantenga fundamentalmente con fines de negociación;

- c) Se espere realizar en el período de doce meses posteriores a la fecha de balance; o
- d) Se trate de efectivo u otro medio equivalente a efectivo.

Todos los demás activos se clasificarán como **no corrientes**. En los cuales se incluyen activos materiales, intangibles y financieros que son por naturaleza a largo plazo.

2.2.3.2 Pasivo corriente

Un pasivo se clasificará como corriente cuando cumpla alguno de los siguientes criterios:

- a) Se espere liquidar en el ciclo normal de explotación de la entidad;
- b) Se mantenga fundamentalmente para negociación;
- c) Deba liquidarse dentro de los doce meses posteriores a la fecha de balance; o
- d) La entidad no tenga el derecho incondicional para aplazar la cancelación del pasivo durante, por lo menos, doce meses siguientes a la fecha de balance.

Todos los demás pasivos se clasificarán como no corrientes. Como por ejemplo los sobregiros o préstamos bancarios a largo plazo.

La entidad clasificará sus pasivos financieros como corrientes cuando estos deban liquidarse dentro de los doce meses siguientes a la fecha de balance, aunque:

- a) El plazo original del pasivo fuera de un período superior a los doce meses;
y
- b) Exista un acuerdo de financiación o de reestructuración de los pagos a largo plazo, que se haya concluido después de la fecha del balance y antes que los Estados Financieros sean formulados.

2.2.3.3 Información a revelar en el balance

En el balance se incluirán como mínimo rubricas específicas que contengan los importes correspondientes a las siguientes partidas:

- a) Propiedad, planta y equipo;
- b) Propiedades de inversión;
- c) Activos intangibles;
- d) Activos financieros;
- e) Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación;
- f) Activos biológicos
- g) Existencias;
- h) Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar;
- i) Efectivo y otros medios líquidos equivalentes;
- j) Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar;
- k) Provisiones;
- l) Pasivos financieros;
- m) Pasivos y activos por impuestos corrientes;
- n) Pasivos y activos por impuestos diferidos;
- o) Intereses minoritarios, presentados dentro del Patrimonio Neto; y
- p) Capital emitido y reservas atribuibles a los tenedores de instrumentos de Patrimonio Neto de la dominante.

Balance General de acuerdo a Norma Internacional de Contabilidad número 1.

Empresa Ejemplo, S.A.
 Balance General
 Al 31 de Diciembre del XXXX
 (Expresado en Quetzales)

Activo

Activo no Corriente

Propiedad, Planta y Equipo	X	
(-) Depreciación acumulada	(X)	XX
Gastos Anticipados		X
Inversiones		X
Total Activo no Corriente		XX

Activo Corriente

Inventarios	X	
Cuentas por cobrar	X	
Caja y Bancos	X	XX
Suma del activo		XX

Capital

Capital social	X	
Reservas	X	XX

Pasivo

Pasivo no Corriente

Préstamos a largo plazo		X
-------------------------	--	---

Pasivo Corriente

Proveedores	X	
Préstamos a corto plazo	X	
Provisiones	X	XX
Suma pasivo y capital igual activo		XX

Balance General de acuerdo a su liquidez.

Empresa Ejemplo, S.A.
Balance General
Al 31 de Diciembre del XXXX
(Expresado en Quetzales)

Activo

Activo Corriente

Caja y Bancos	X	
Cuentas por cobrar	X	
Inventarios	X	XX
	<hr/>	

Activo no Corriente

Propiedad, Planta y Equipo	X	
(-) Depreciación acumulada	(X)	XX
Gastos Anticipados		X
Inversiones		X
Suma del activo		XX
		<hr/> <hr/>

Pasivo

Pasivo Corriente

Proveedores	X	
Préstamos a corto plazo	X	
Provisiones	X	XX
	<hr/>	

Pasivo no Corriente

Préstamos a largo plazo		X
-------------------------	--	---

Capital

Capital social	X	
Reservas	X	XX
Suma pasivo y capital igual activo		XX
		<hr/> <hr/>

2.2.4 Estado de Flujo de Efectivo

Es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento.

2.2.4.1 Información a revelar en el Estado de Flujo de Efectivo

La información sobre los flujos de efectivo suministrará a los usuarios las bases para la evaluación de la capacidad que la entidad tiene para generar efectivo y otros medios líquidos equivalentes, así como las necesidades de la entidad para la utilización de esos flujos de efectivo.

Términos utilizados en la preparación de un Flujo de Efectivo:

- a) **Efectivo:** Comprende tanto la caja como los depósitos bancarios a la vista.
- b) **Equivalentes de efectivo:** Son inversiones a corto plazo (tres meses o menos desde la fecha de emisión), que son fácilmente convertibles en efectivo.
- c) **Flujos de efectivo:** Son las entradas y salidas de efectivo y equivalentes al efectivo.
- d) **Actividades de operación:** Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la empresa.
- e) **Actividades de inversión:** Son las adquisiciones, enajenación o abandono de activos a largo plazo, así como otras inversiones no incluidas en el efectivo y los equivalentes a efectivo.

- f) **Actividades de financiamiento:** Son las actividades que producen cambios en el tamaño y composición de los capitales propios y de los préstamos tomados por parte de la empresa.

La empresa debe informar acerca de las actividades de explotación utilizando uno de los siguientes métodos:

2.2.4.2 Método directo

Según el cual se presentan por separado las principales categorías de cobros y pagos en términos brutos. Este método suministra información que puede ser útil para la estimación de flujos de efectivo futuros, la cual no está disponible utilizando el método indirecto. En este método la información acerca de las principales categorías de cobros o pagos en términos brutos puede obtenerse mediante uno de los siguientes procedimientos:

- a) Utilizando los registros contables de la empresa, o
- b) Ajustando las ventas y el coste de las ventas, así como las otras partidas en la cuenta de resultados por:
 - I. Los cambios habidos durante el ejercicio en las existencias y en las partidas a cobrar y a pagar derivadas de las actividades de explotación;
 - II. Otras partidas sin reflejo en el efectivo; y
 - III. Otras partidas cuyos efectos monetarios se consideran flujos de efectivo de inversión o financiamiento.

Empresa Ejemplo, S.A.
 Estado de Flujo de Efectivo
 Método Directo
 Del 01 de Enero Al 31 de Diciembre del XX
 (Expresado en Quetzales)

Flujo de Efectivo por Actividades de Operación

Efectivo Recibido de Clientes	X	
Efectivo Pagado a Proveedores	X	
Efectivo Usado en Otras Actividades de Operación	X	
Efectivo neto Proveniente de Actividades de Operación	XX	XX

Flujo de Efectivo por Actividades de Inversión

Compra de Terreno	X	
Mejoras a Edificios	X	
Compra de Maquinaria	X	
Inversión en Acciones	X	
Efectivo Usado en Actividades de Inversión	XX	XX

Flujos de Efectivo por Actividades de Financiamiento

Pago de Dividendos	X	
Emisión de Bonos	X	
Efectivo Preveniente de Actividades de Financiación	XX	XX
Aumento Neto de Efectivo y Equivalentes de Efectivo	XX	XX
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al inicio del Año	XX	XX
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Final del Año	XX	XX

Conciliación entre la Ganancia Neta y El Efectivo Proveniente de Actividades de Operación

Ganancia del Ejercicio		XX
------------------------	--	----

Partidas de conciliación entre la ganancia neta y el efectivo neta proveniente de actividades de operación

Depreciaciones	X	
Amortizaciones	X	
Seguros no Vencidos	X	
Cuentas Incobrables	X	

Flujo de Efectivo por Actividades de Operación Cambios en Activos y Pasivos

Disminución en Inventarios	X	
Aumento en Clientes	X	
Disminución en Proveedores	X	
Disminución en Cuentas por Pagar	X	
Aumento en Anticipo a Vendedores	X	
Disminución Inversión en Acciones	X	XX
Efectivo Proveniente de Actividades de Operación	X	XX

2.2.4.3 Método indirecto

Según el cual se comienza presentando el resultado neto del ejercicio en términos netos, cifra que se corrige luego por los efectos de las transacciones no monetarias, por todo tipo de partidas de pago diferido y devengado que son la causa de cobros y pagos en el pasado o en el futuro, así como las partidas de pérdidas o ganancias asociadas con flujos de efectivo de actividades clasificadas como de inversión o financiación.

Empresa Ejemplo, S.A.
 Estado de Flujo de Efectivo
 Método Indirecto
 Del 01 de Enero Al 31 de Diciembre del XX
 (Expresado en Quetzales)

Ganancia del Ejercicio		XX	
Depreciaciones	X		
Amortizaciones	X		
Seguros no Vencidos	X		
Cuentas Incobrables	X		
Flujo de Efectivo por Actividades de Operación			
Cambios en Activos y Pasivos			
Disminución en Inventarios	X		
Aumento en Clientes	X		
Disminución en Proveedores	X		
Disminución en Cuentas por Pagar	X		
Aumento en Anticipo a Vendedores	X	XX	
Efectivo Provenientes de Actividades de Operación	<hr/>	<hr/>	XX
Flujo de Efectivo por Actividades de Inversión			
Compra de Terreno	X		
Mejoras a Edificios	X		
Compra de Maquinaria	X		
Depreciación Herramientas	X		
Inversión en Acciones	X		
Efectivo Usado en Actividades de Inversión	<hr/>		XX
Flujos de Efectivo por Actividades de Financiamiento			
Pago de Dividendos	X		
Emisión de Bonos	X		
Efectivo Preveniente de Actividades de Financiación	<hr/>		XX
Aumento Neto de Efectivo y Equivalentes de Efectivo			XX
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al inicio del Año			XX
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Final del Año			<hr/> <hr/>

2.2.5 Estado de cambios en el Patrimonio Neto

Es el estado que suministra información sobre todas las operaciones que afectan a los fondos propios, ya sea del Estado de Resultados como pérdida o utilidad, o de las operaciones que afectan directamente el Patrimonio Neto, como incremento de capital, distribución de dividendos, etc.

2.2.5.1 Información a revelar en el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto

La entidad presentara un Estado de Cambios en el Patrimonio Neto que mostrará:

- a) El resultado del ejercicio;
- b) Cada una de las partidas de ingresos y gastos del ejercicio que, se haya reconocido directamente en el Patrimonio Neto, así como el total de esas partidas;
- c) El total de los ingresos y gastos del ejercicio, mostrando separadamente el importe total atribuido a los tenedores de instrumentos de Patrimonio Neto de la dominante y a los intereses minoritarios; y
- d) Para cada uno de los componentes del Patrimonio Neto, los efectos en los cambios en las políticas contables y en la corrección de errores.

Empresa Ejemplo, S.A.
 Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
 Año 2008
 (Expresado en Quetzales)

Concepto	Saldo Al 01/01/2008	Incremento	Disminución	Saldo Al 31/12/2008
Capital Social	1,000,000.00	500,000.00	300,000.00	1,200,000.00
Superávit de capital	10,000.00			10,000.00
Reservas	50,000.00		20,000.00	30,000.00
Utilidad (pérdida) del Ejercicio	-	600,000.00		600,000.00

Aquí se observa que durante el año 2008 se incrementó el capital en Q. 500,000.00, que pudo haber sido por aportes de socios antiguos o por ingresos de socios nuevos. También tiene una disminución en el capital, esto puede ser porque en el año se decretaron dividendos para los socios.

Las reservas sufrieron una disminución de Q. 20,000.00, y se observa claramente que la utilidad del ejercicio fue de Q. 600,000.00.

2.2.6 Notas a los Estados Financieros

Está integrado por toda la información de carácter general de la empresa, así como todas las descripciones y detalles de las partidas que se encuentran incorporadas en el Balance General, Estado de Resultados, Estado de Cambios en el Patrimonio Neto, y Estado de Flujo de Efectivo. Estas notas son revelaciones obligatorias exigidas por las Normas Internacionales de Contabilidad, para una mejor comprensión y análisis de los Estados Financieros y constituyen una parte integral de los mismos.

“Las notas se presentarán, en la medida que sea practicable, de una forma sistemática. Cada partida del Balance, del Estado de Resultados, del Estado de Cambios en el Patrimonio Neto y del Estado de Flujo de Efectivo contendrá una referencia cruzada a la información correspondiente dentro de las notas.”(13:25)

A continuación se presenta un ejemplo de las posibles notas que pueden adjuntarse a los Estados Financieros. Es importante mencionar que este es sólo un ejemplo, por lo que pueden existir más notas a los Estados Financieros.

- Nota 1. Unidad monetaria
- Nota 2. Organización y objetivos
- Nota 3. Políticas contables
 - Reconocimiento de ingresos
 - Provisión de cuentas incobrables
 - Estimaciones contables
 - Provisión para indemnizaciones
 - Moneda extranjera
- Nota 4. Propiedad, planta y equipo
- Nota 5. Inversiones
- Nota 6. Inventarios
- Nota 7. Clientes
- Nota 8. Efectivo y equivalentes
- Nota 9. Capital
- Nota 10. Préstamos bancarios
- Nota 11. Proveedores

- Nota 12. Ventas
- Nota 13. Costo de ventas
- Nota 14. Gastos de ventas y administración
- Nota 15. Otros gastos y productos financieros
- Nota 16. Saldos y transacciones de relacionadas
- Nota 17. Impuesto sobre la renta
- Nota 18. Contingencias
- Nota 19. Eventos subsecuentes

2.3 Características de los Estados Financieros

Las características fundamentales que debe tener la información contable son: utilidad, confiabilidad, oportunidad, objetividad, verificabilidad y provisionalidad.

2.3.1 Utilidad

Es la cualidad de adecuarse al propósito del usuario y estos propósitos son diferentes dependiendo del usuario, pero todos tienen en común un interés monetario en la entidad económica.

2.3.2 Confiabilidad

Es la característica de la información contable en la que el usuario la acepta y utiliza para la toma de decisiones basándose en ella.

2.3.3 Oportunidad

Es un aspecto muy importante ya que es necesario que la información contable este a tiempo para que esta llegue al usuario al momento de tomar decisiones

para lograr sus fines, aunque esta haya sido preparada con estimaciones cuyos efectos no se conocen totalmente.

2.3.4 Objetividad

Cualidad que nos indica que la información presenta la realidad de acuerdo con las reglas del sistema y las cuales no han sido distorsionadas.

2.3.5 Verificabilidad

Característica que nos permite revisar las operaciones posteriormente y que se pueden aplicar pruebas para comprobar la veracidad de la información.

2.3.6 Provisionalidad

Permite presentar Estados Financieros estimados, esto quiere decir que existen eventos que no se ha producido pero que se espera que ocurran.

2.4 Finalidad de los Estados Financieros

Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una entidad. El objetivo de los Estados Financieros, con propósito de información general, es suministrar información acerca de la situación financiera, resultados y flujos de efectivo de la entidad, que sea útil para los usuarios a efectos que puedan evaluar y tomar decisiones. Los Estados Financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se les han confiado. Para cumplir este objetivo, los Estados Financieros suministran información de los siguientes elementos de la entidad:

- a) Activos;
- b) Pasivos;
- c) Patrimonio Neto;
- d) Gastos e ingresos, en los que se incluyen pérdidas y ganancias;
- e) Otros cambios en el Patrimonio Neto; y
- f) Flujos de efectivo.

Esta información junto con la contenida en las notas a los Estados Financieros ayudará a los usuarios a predecir los flujos de efectivo futuros y el grado de certidumbre de los mismos.

2.5 Responsabilidad de la emisión de los Estados Financieros

La responsabilidad de la emisión de los Estados Financieros de la entidad es de la administración ya que ellos son los encargados de establecer las políticas contables, el manual de procedimientos y la aplicación de las normas internacionales de contabilidad.

2.6 Clasificación de los Estados Financieros

Los Estados Financieros están clasificados dependiendo de la base con que fueron elaborados.

En base a la información que presentan pueden ser:

2.6.1 Principales

Representan los Estados Financieros fundamentales, los cuales presentan la información básica de la empresa como, situación financiera, resultados obtenidos y los flujos de efectivo generados en un período determinado los cuales son:

Estado de Resultados, Balance General, estado de cambios en el Patrimonio Neto, Estado de Flujo de Efectivo y notas a los Estados Financieros.

2.6.2 Secundarios

Se les denomina así debido a que solo representan una parte de los Estados Financieros principales, por ejemplo, integración de inventarios, integración de cuentas por cobrar, integración de cuentas por pagar, costo de producción, costo de ventas, entre otros.

En base a la cantidad de información que presentan pueden ser:

2.6.3 Resumidos

Son los que presentan la información de las cuentas principales o generales, ejemplo, se presenta el saldo de cuentas por cobrar sin detallar el saldo de las cuentas que lo integran, clientes, cuentas por cobrar a funcionario y empleados y anticipo a proveedores.

2.6.4 Detallados

Estos presentan la información con todas las partidas que la entidad utiliza en el período, ofrecen una mayor comprensión a los usuarios debido que presentan una mayor cantidad de información, por ejemplo, cuentas por cobrar detallando cuanto corresponde a clientes, cuentas por cobrar funcionario y empleados y anticipo a proveedores.

En base al tiempo que representan, pueden ser:

2.6.5 Históricos

Estos Estados Financieros son los que contienen información sobre el desempeño de la empresa en períodos anteriores a la fecha en que son revisados.

2.6.6 Intermedios

Son los que cortan la vida de la empresa para presentar los resultados y situación financiera de la misma en una fecha determinada en períodos menores a un año.

2.6.7 Estimados

Los Estados Financieros estimados, también denominados proyectados, son los que se preparan en base a información pasada y presente, para los cuales los resultados reales pueden ser diferentes a los esperados.

2.7 Usuarios de los Estados Financieros

Dependiendo del uso de la información financiera y los usuarios que los analicen pueden ser:

2.7.1 Accionistas o propietarios

Los Estados Financieros son utilizados por los accionistas o propietarios para evaluar el rendimiento y riesgo de su capital, saber si se distribuirán dividendos y observar el crecimiento de la empresa.

2.7.2 Empleados

Los empleados de la empresa, especialmente los del área administrativa, utilizan la información financiera para evaluar la estabilidad de sus puestos de trabajo en base al rendimiento y riesgo de la empresa.

2.7.3 Entidades financieras y bancos

Las entidades financieras y bancos utilizan la información financiera para otorgar préstamos, dependiendo del monto pueden solicitar que los mismos estén auditados, esto con el fin evaluar la capacidad que la empresa tiene para cubrir sus obligaciones y garantizar que el capital prestado y los intereses generados regresen íntegros a la institución.

2.7.4 Proveedores

En la actualidad la mayoría de las empresas trabajan al crédito, por lo tanto, es de vital importancia la información de los Estados Financieros de sus clientes para evaluar el riesgo que presenta otorgar el crédito.

2.7.5 Clientes

Al igual que los proveedores se interesan en la información financiera para evaluar la capacidad de respuesta que tiene la empresa para hacerse cargo de los aparatos descompuestos y que cumplen con las condiciones de la garantía.

2.7.6 Entidades recaudadoras de impuestos

Para las entidades recaudadoras de impuestos es de suma importancia la información financiera ya que evalúan el cumplimiento y cálculo correcto de las obligaciones tributarias.

2.8 Información financiera por segmentos

Es toda la información proveniente de las distintas áreas y productos, la cual sirve para evaluar el rendimiento individual de cada segmento y determinar la contribución que representa en relación a la información conjunta de la empresa.

Esta información se amplía en segmentos de operación y segmentos geográficos:

2.8.1 Segmentos de operación

Un segmento de operación es un componente de una entidad:

- Que desarrolla actividades de negocio de las que puede obtener ingresos de las actividades ordinarias e incurrir en gastos,
- Cuyos resultados de operación se examinan de forma regular por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, para decidir sobre los recursos que deben asignarse al segmento y para evaluar su rendimiento; y
- Sobre el cual se dispone de información financiera diferenciada.

Los segmentos pueden ser:

2.8.1.1 Segmento de negocio

Es un componente identificable de la entidad, encargado de suministrar un único producto o servicio, o bien un conjunto de ellos que se encuentran relacionados, y que se caracteriza por estar sometido a riesgos y rendimientos de naturaleza diferente a los que corresponden a otros segmentos del negocio dentro de la misma entidad.

EmpresaEjemplo, S.A.
Estado de Resultados
 Del 01 de enero al 31 de Diciembre 200X
 (Expresado en Miles de Quetzales)

	A	B	C	D	Total
Ingresos	400	300	250	190	1,140
(-) Costo de Ventas	125	98	150	80	453
	31%	33%	60%	42%	40%
UtilidadBruta	275	202	100	110	687
Contribución Individual	69%	67%	40%	58%	60%
(-) Gastos de Ventas	50	35	28	12	125
(-) Gastos de Administración	30	15	31	10	86
Utilidad antes de impuesto	195	152	41	88	476
Porcentaje de Utilidad	49%	51%	16%	46%	42%

En este ejemplo se puede identificar claramente que el segmento de negocio más rentable es el B, seguido por el producto A, debido a su bajo costo de ventas y su demanda, los convierte en los productos líder, mientras que el producto C, es el que más alto costo de ventas reporta, por lo tanto el margen bruto del mismo se ve afectado.

Cuando se analiza la información financiera por segmentos de negocio, se identifica el rendimiento individual de los segmentos, los cuales se ven influidos a muchos factores, dentro de los cuales se mencionan los más importantes:

- Los costos pueden aumentar debido a la mala distribución del recurso humano, algunas áreas pueden tener demasiado recurso humano, mientras que en otras áreas les hace falta personal.

- Las pautas publicitarias pueden estar mal distribuidas, mientras que un producto es impulsado demasiado, otro producto no se le da demasiada importancia.
- La rotación de inventario es un factor determinante en el precio de venta ya que los productos eléctricos están en constante evolución y de un año a otro varían los modelos y si no se rotan adecuadamente se ve afectado el modelo anterior, el cual se tiene que vender a un precio menor o dar bonificaciones por su venta. El control de inventario es fundamental para este tipo de empresas ya que se debe tener un control adecuado de los mismos para importar los modelos y cantidades apropiadas para no tener inventario obsoleto.

2.8.1.2 Segmento geográfico

Es un componente identificable de la entidad, encargado de suministrar productos o servicios dentro de un entorno económico específico, y que se caracteriza por estar sometido a riesgos y rendimientos de naturaleza diferente a los que corresponden a otros componentes operativos que desarrollan su actividad en entornos diferentes.

Los segmentos geográficos de una empresa deben ser iguales a las unidades organizativas para las cuales se presenta información al personal clave de la dirección de la entidad para que éste evalúe el rendimiento pasado de la unidad y tomen decisiones respecto de futuras asignaciones de recursos, o para fines de información externa.

Empresa Ejemplo, S.A.
 Estado de Resultados
 Del 01 de enero al 31 de Diciembre 200X
 (Expresado en Miles de Quetzales)

Ingresos	Norte	Sur	Oriente	Occidente	Total
A	100	162	98	40	400
B	75	80	79	66	300
C	93	55	40	62	250
D	60	30	50	50	190
	328	327	267	218	1,140
Costo de Ventas					
A	53	22	25	25	125
B	20	20	30	28	98
C	50	25	35	40	150
D	23	14	20	23	80
	146	81	110	116	453
Utilidad Bruta	182	246	157	102	687
Contribución Individual	55%	75%	59%	47%	60%
(-) Gastos de Ventas	30	28	33	34	125
(-) Gastos de Administración	22	25	15	24	86
Utilidad antes de impuesto	130	193	109	44	476
Porcentaje de Utilidad	40%	59%	41%	20%	42%

Si se observa detenidamente el ejemplo anterior, se puede determinar que el producto A, se vende más en la región sur, mientras que el producto B se vende más en la región sur seguido de la región oriente, el producto C se vende más en la región norte, y el producto D se vende igual en las regiones oriente y occidente, lo que se atribuye a que no todos los productos tienen la misma aceptación en el mercado.

El costo de ventas depende de las unidades vendidas en cada región, es decir, una región que venda más unidades aumenta su costo de ventas, sin embargo, contribuye con un porcentaje mayor a la utilidad bruta conjunta.

Cuando se analiza el comportamiento de cada segmento nos damos cuenta en las regiones norte y sur son las que mayores ingresos reportan en el período, y lo refleja el porcentaje en la utilidad antes de impuesto, sin embargo, la región sur representa la mayor contribución a la utilidad antes de impuesto.

Al analizar la información financiera por segmentos geográficos, podemos determinar que la región que más contribuye a la utilidad antes de impuesto, así como la región que no tiene mucha participación, es necesario considerar muchos factores que pueden afectar el rendimiento de los segmentos, dentro de los cuales podemos mencionar:

- El costo para comercializar en ciertas regiones, por ejemplo, las giras de los vendedores a los departamentos más lejanos como Peten, Cobán, Quiche e Izabal, seguramente los gastos en viáticos y combustibles son muy altos, mientras que si se va de gira a los departamentos de Chimaltenango y Escuintla, los gastos disminuyen.
- La cantidad de habitantes por áreas, por ejemplo, existen departamentos con una extensión territorial grande y pocos habitantes, lo que influye en la demanda de los productos y afecta el rendimiento de la región.
- La capacidad de adquisición de las familias, ya que existen áreas donde la actividad principal es la agricultura, por consiguiente los ingresos son muy bajos, esto afecta considerablemente a la región ya que los productos no se venden como en otras regiones que tienen actividades comerciales.

- La competencia desleal, esto porque existen empresas que distribuyen marcas de menor calidad y por ende el precio de venta es menor, y las personas se dejan llevar por el precio.
- La publicidad mal distribuida, generalmente la publicidad se enfoca en las regiones que según estudios tienen una capacidad adquisitiva mayor, no teniendo en cuenta que dependiendo de las características del producto así debe ser la distribución publicitaria.

2.8.2 Alcance

La norma internacional de información financiera número ocho se aplicará a:

- a) “Los Estados Financieros separados o individuales de una entidad o los Estados Financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora:
 - I. Cuyos instrumentos de deuda o de Patrimonio Neto se negocien en un mercado público; o
 - II. Que registre, o este en proceso de registrar, sus Estados Financieros en una comisión de valores con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público; y

- b) Los Estados Financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora:
 - I. Cuyos instrumentos de deuda o de Patrimonio Neto se negocien en un mercado público; o
 - II. Que registre, o esté en proceso de registrar, los Estados Financieros consolidados en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público.” (13:1)

2.8.3 Objetivos

Es ayudar a los usuarios de los Estados Financieros a:

- Entender mejor el desempeño de la entidad en el pasado;
- Evaluar mejor los rendimientos y riesgos de la entidad; y
- Realizar juicios más informados a cerca de la entidad en su conjunto.

2.8.4 Segmentos sobre los que debe informarse

Para presentar información financiera por segmentos debe tenerse en cuenta una serie de cualidades que se deben cumplir, si los segmentos sobre los cuales se desea informar es menor del 75% del ingreso ordinario consolidado o individual de la entidad, deberán identificarse segmentos adicionales hasta que la suma de los mismos sea como mínimo el 75% de los ingresos ordinarios, individuales o consolidados de la entidad.

Empresa Ejemplo, S.A.
Segmentos de negocio

Productos		Ventas por segmento	%
Segmento A	Q	400,000.00	35%
Segmento B	Q	300,000.00	26%
Segmento C	Q	250,000.00	22%
Segmento D	Q	190,000.00	17%
Total ventas	Q	<u>1,140,000.00</u>	<u>100%</u>

En el ejemplo anterior la totalidad de los ingresos ordinarios esta segmentada en cuatro categorías, sin embargo, los segmentos A, B y C se podrían informar sin tomar en cuenta el segmento D, ya que representan el 83% en relación a los ingresos ordinarios de la empresa.

2.8.5 Criterios de agregación

Los segmentos de operación con características económicas similares muestran un rendimiento financiero a largo plazo que es similar. Pueden agregarse dos o más segmentos de operación en uno solo cuando la agregación resulte coherente y los segmentos tengan características económicas parecidas y sean similares en cada uno de los siguientes aspectos:

- a) “La naturaleza de los productos y servicios;
- b) La naturaleza de los procesos de producción;
- c) El tipo o categoría de clientes a los que se destina sus productos y servicios;
- d) Los métodos usados para distribuir sus productos o prestar los servicios;
y
- e) Si fuera aplicable, la naturaleza del marco normativo, por ejemplo, bancario, de seguros, o de servicios públicos.” (13:3)

2.8.6 Umbrales cuantitativos

“Una entidad deberá informar por separado sobre cada uno de los segmentos de operación que cumpla con algunos de los siguientes umbrales cuantitativos:

- a) Sus ingresos de las actividades ordinarias, incluyendo tanto las ventas a clientes externos como las ventas o transferencias inter-segmentos, que sean iguales o superiores al 10 por ciento de los ingresos totales.
- b) El importe absoluto de sus resultados informado es, igual o superior al 10% del importe que sea mayor entre:
 - I. La ganancia combinada informada por todos los segmentos de operación que no hayan presentado pérdidas;
 - II. La pérdida combinada informada por todos los segmentos de operación que hayan presentado pérdidas.
- c) Sus activos son iguales o superiores a 10 por ciento de los activos combinados de todos los segmentos de operación.” (13:3)

“Una entidad podrá combinar la información sobre segmentos de operación que no alcancen los umbrales cuantitativos, con la referencia de otros segmentos de operación que tampoco lo hagan, para formar un segmento sobre el cual deba informarse.” (13:4)

“La información relativa a otras actividades de negocio y a los segmentos de operación sobre los que no deba informarse se combinará y se revelará dentro de la categoría “resto de segmentos” colocándola por separado de las otras partidas.” (13:4)

Empresa Ejemplo, S.A.
Segmentos de negocio

Productos		Ventas por segmento	%
Segmento A	Q	400,000.00	35%
Segmento B	Q	300,000.00	26%
Segmento C	Q	250,000.00	22%
Segmento D	Q	190,000.00	17%
Total ventas	Q	1,140,000.00	100%

Si observamos los segmentos en forma individual cumplen con los umbrales cuantitativos, ya que son mayores al 10% de los ingresos totales.

2.8.7 Información a revelar

Según la norma internacional de información financiera número ocho indica que “una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus Estados Financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades de negocios que desarrolla y los entornos económicos en los que opera”. (13:1)

Una entidad revelará la siguiente información por cada período por el que presente un Estado de Resultados:

- a) “La información general;
- b) Información sobre el resultado de los segmentos que se presentan, incluyendo los ingresos de las actividades ordinarias y los gastos específicos incluidos en dicho resultado, los activos de los segmentos, los pasivos de ellos y la base de medición; y
- c) Las conciliaciones entre los totales de los ingresos de las actividades ordinarias de los segmentos, de sus resultados informados, de sus activos, sus pasivos y de otras partidas significativas de ellos.” (13:4)

2.8.8 Información general

Se identificará como información general lo siguiente:

- a) “Los factores que han servido para identificar los segmentos sobre los que debe informarse, incluyendo la base de la organización; y
- b) Los tipos de productos y servicios que proporcionan los ingresos de las actividades ordinarias de cada segmento sobre el cual debe informarse.” (13:5)

2.8.9 Información sobre resultados, activos y pasivos

Se debe informar una medida del resultado, del total de activos y pasivos de cada segmento sobre el que se deba informar, siempre que este importe se facilite con regularidad a la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación. “Una entidad revelará, la siguiente información acerca de cada segmento sobre el que deba informar, cuando los importes especificados estén incluidos en la medida del resultado de los segmentos que examina la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación, aunque no se incluyan en esa medida del resultado de los segmentos:” (13:5)

- a) "Los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos;
- b) Los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de transacciones con otros segmentos de operación de la misma entidad;
- c) Los ingresos por intereses;
- d) La depreciación y amortización
- e) Las partidas significativas de ingresos y gastos;
- f) La participación de la entidad en el resultado de asociadas y de negocios conjuntos contabilizados según el método de la participación;
- g) El gasto o el ingreso por el impuesto sobre las ganancias; y
- h) Las partidas significativas no monetarias distintas de las de depreciación y amortización." (13:5)

2.8.10 Medición

"El importe de cada partida presentada por los segmentos se corresponderá con la medida informada a la máxima autoridad con el objeto de decidir sobre la asignación de recursos al segmento y evaluar su rendimiento. De forma similar, solo se informarán, en relación con un determinado segmento, los activos y pasivos que se incluyan en la medida de los activos y pasivos de ese segmento. Si se asignasen importes a los resultados, activos y pasivos presentados por los segmentos, deberá hacérselo con un criterio razonable de reparto." (13:6)

"Para cada segmento sobre el que se deba informar, la entidad explicará las mediciones de los resultados, activos y pasivos del segmento y como mínimo se deberá revelar:" (13:6)

- a) "Los criterios de contabilización de cualquier transacción entre los segmentos que se deba informar.

- b) La naturaleza de cualquier diferencia entre las mediciones de los resultados de los segmentos sobre los que se deba informar y los resultados de la entidad, antes de tener en cuenta el ingreso o gasto por el impuesto sobre ganancias y operaciones discontinuadas. Estas diferencias podrían incluir las políticas contables y los métodos de asignación de los costos centralizados que resulten necesarios para la comprensión de la información segmentada proporcionada.
- c) La naturaleza de cualquier diferencia entre las mediciones de los activos de los se deba informar y los activos de la entidad. Estas diferencias podrían incluir las políticas contables y los métodos de asignación de los activos utilizados conjuntamente que resulten necesarios para la comprensión de la información segmentada proporcionada.
- d) La naturaleza de cualquier cambio con respecto a períodos anteriores en los métodos de medición empleados para determinar los resultados presentados por los segmentos, y en su caso, el efecto de tales cambios.
- e) La naturaleza y el efecto de cualquier asignación asimétrica a los segmentos sobre los que se deba informar.” (13:7)

2.8.11 Conciliaciones

Una entidad facilitará todas las siguientes conciliaciones:

- a) “El total de los ingresos de las actividades ordinarias de los segmentos sobre los que deba informarse con los ingresos ordinarios de la entidad.
- b) El total de la medida de los resultados de los segmentos sobre los que se deba informar con los resultados de la entidad, antes de tener en cuenta el ingreso o gasto por impuestos y las operaciones discontinuadas.

- c) El total de los activos de los segmentos sobre los que deba informarse con los activos de la entidad.
- d) El total de los pasivos de los segmentos sobre los que deba informarse con los pasivos de la entidad.” (13:7)
- e) “El total de los importes de cualquier otra partida significativa presentada por los segmentos sobre los que se deba informar con el correspondiente importe para la entidad.” (13:8)

Todas las partidas significativas de conciliación se identificarán y describirán por separado.

2.8.12 Reexpresión de información presentada anteriormente

“Si una entidad modificase la estructura de su organización interna, de tal modo que la composición de los segmentos sobre los que deba informarse se viera modificada, la información correspondiente de períodos anteriores, incluidos los períodos intermedios, deberá reexpresarse, salvo cuando no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención resulte excesivo”. (13:8)

2.8.13 Información a revelar sobre la entidad en su conjunto

“Las actividades de negocio de algunas entidades no están organizadas en función de sus diferentes productos o servicios ni en función de las diferentes áreas geográficas en las que operan. Es posible que los segmentos sobre los que deban informar presenten los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de una amplia gama de productos y servicios muy distintos o que varios segmentos ofrezcan esencialmente los mismos productos y servicios. De forma similar, puede ocurrir que los segmentos sobre los que debe informarse tenga activos en distintas áreas geográficas y presenten ingresos de las actividades

ordinarias procedentes de clientes de distintas áreas geográficas o que varios segmentos operen en la misma área geográfica.” (13:8)

2.8.13.1 Información sobre productos y servicios

“Una entidad revelará los ingresos de actividades ordinarias procedentes de clientes externos por cada producto y servicio, o por cada grupo de productos y servicios similares, salvo cuando no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención resulte excesivo, en cuyo caso se indicará este hecho. Los importes de los ingresos de las actividades ordinarias presentados se basarán en la información financiera utilizada en la elaboración de los Estados Financieros de la entidad.” (74:9)

2.8.13.2 Información sobre áreas geográficas

“Una entidad debe revelar la información geográfica siguiente, salvo cuando no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención sea excesivo:

- a) Los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos.
 - I. Atribuidos al país de domicilio de la entidad; y
 - II. Atribuidos, en total, a todos los países extranjeros en los que la entidad obtenga ingresos de las actividades ordinarias. Cuando los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos atribuidos a un país extranjero en particular sean significativos se los revelará por separado.

- b) Los activos no corrientes que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos correspondientes a beneficios post-empleo y derechos derivados de contratos de seguros.

- I. Localizados en el país de domicilio de la entidad; y
- II. Localizados, en total, en todos los países extranjeros donde la entidad tenga activos. Cuando los activos de un país extranjero en particular sean significativos, se los revelará por separado.”
(13:9)

Una entidad podrá facilitar subtotales correspondientes a la información geográfica por grupos de países.

2.8.13.3 Información sobre los principales clientes

“Una entidad revelará información sobre el grado que dependa de sus principales clientes. Si los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de transacciones con un sólo cliente externo representan el 10% o más de sus ingresos, la entidad revelará este hecho, así como el total de ingresos procedentes de cada uno de tales clientes y la identidad del segmento o segmentos que proporcionen dichos ingresos.” (13:9)

CAPÍTULO III

3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA

3.1 Generalidades

El análisis de Estados Financieros, es un camino hacia el conocimiento financiero, para desentrañar el complejo contenido de los Estados Financieros es necesario el empleo de varios caminos o métodos que precisen el conocimiento de los hechos financieros y las relaciones entre los mismos.

“El análisis financiero consiste en determinar la situación financiera de una empresa o de un sector específico de ella, mediante la interpretación de la información contable y demás información cuantitativa y cualitativa disponible”.
(8:33)

Es importante recalcar que solo la información contable no permite, en la mayoría de los casos, tener una visión completa del estado en que se encuentra la empresa. Se requiere conocer aspectos internos y externos de ella. Entre los aspectos internos se puede mencionar el tipo de empresa (manufacturera, comercial, de servicio, financiera), tecnología utilizada, calidad del personal, estructura organizacional, líneas de productos. A nivel externo se requiere conocer la competencia, políticas gubernamentales, mercado, situación social, proveedores, impacto de la inflación y la devaluación.

También algunas herramientas como matemáticas financieras, presupuestos, apalancamiento y evaluación de proyectos, permiten conformar, junto con lo anterior, un marco de análisis adecuado.

3.2 Métodos de análisis de información financiera

Los métodos de análisis no son instrumentos que puedan sustituir al pensamiento ni a la experiencia acumulada, porque esta es lo que los afina. El método es un

auxiliar, no un sustituto de las cualidades humanas sobre las cuales descansa la corrección y profundidad de la interpretación de las cifras.

Se han dado varias clasificaciones de los diferentes métodos para analizar los Estados Financieros, pero en ciertos casos es recomendable combinar algunos de estos métodos para proporcionar una más amplia información para la mejor interpretación de los Estados Financieros. Sobre el particular, Fernández de Armas recomienda el siguiente procedimiento:

- a) Comparar las cifras de los Estados Financieros de un período, obteniendo razones y porcentajes.
- b) Comparar las cifras absolutas y las relativas, las razones y los porcentajes obtenidos de los Estados Financieros de períodos sucesivos.
- c) Comparar los datos así obtenidos con estadísticas y datos de otras empresas que se dedican a la misma actividad.

3.2.1 Análisis mediante indicadores financieros

“El índice o razón es la relación entre dos cantidades. Desde el punto de vista financiero, es costumbre utilizar índices que relacionan cuentas del Balance General y el Estado de Resultados. Todas las cuentas de estos dos Estados Financieros son susceptibles de relacionarse entre sí, por lo que podrían calcularse infinidad de razones, sin embargo, algunas no tendrían un significado útil y otras, quizá, no serían aplicables al caso en cuestión.” (8:46)

En general, los métodos de análisis se pueden clasificar en análisis horizontal y análisis vertical.

3.2.2 Análisis horizontal

El procedimiento es más dinámico ya que busca detectar los cambios que se han presentado en las diferentes cuentas a través del tiempo, considera la tendencia de las cuentas en términos cuantitativos y porcentajes a través de los años.

El análisis horizontal se presenta por lo general en Estados Financieros comparativos, enfatiza la tendencia de las diferentes cuentas, es por lo tanto, fácil de identificar las áreas de mayor divergencia que requieren análisis adicional.

3.2.3 Análisis vertical

“Consiste en relacionar cada cuenta del balance y del Estado de Resultados con una cifra base de dichos Estados Financieros”. (8:39)

Se usa como base el valor de una partida significativa del estado financiero, y todas las demás partidas de dicho estado se comparan con ella.

El análisis vertical pretende mostrar la estructura interna de la empresa, indica el monto relativo de cada cuenta del Estado de Resultados con relación a las ventas, muestra la mezcla de activos que produce la utilidad y la mezcla de fuentes de capital, provistas por los pasivos corrientes, o por el patrimonio.

“Así como el análisis horizontal, el análisis vertical tampoco es el final del proceso, el analista debe estar preparado para ahondar en las áreas que el análisis horizontal o el análisis vertical, o ambos, identifican como áreas problema.” (16:266)

3.2.3.1 Análisis vertical por porcentajes integrales

Se utiliza para medir la participación que tiene cada componente de los Estados Financieros dentro del mismo estado financiero al que pertenece, es decir el total es el cien por ciento y cada componente representa un porcentaje del mismo. En

el siguiente ejemplo podemos observar la relación en porcentos integrales de las cuentas del Balance General.

Electrodomésticos, S.A. Balance General Al 31/12/2008 (Expresado en Quetzales)			
Activo No Corriente			
Propiedad, Planta y Equipo (Neto)		733,320.09	1%
Activo Corriente			
Inventarios	25,014,581.67	82,363,805.01	30%
Cuentas por Cobrar (Neto)	34,681,243.47		42%
Caja y Bancos	16,640,616.67		20%
Impuestos Anticipados	4,955,719.40		6%
Otros Activos corrientes	1,071,643.80		1%
Suma del Activo			83,097,125.10
Patrimonio y Pasivo			
Patrimonio			
Capital en Acciones	200,000.00	31,357,228.64	38%
Utilidad de Ejercicios Anteriores	18,084,833.04		
Utilidad del Periodo	11,913,694.71		
Reserva Legal	1,158,700.89		
Pasivo No Corriente			
Prestamos	41,842,611.46	42,076,378.29	50%
Reserva para indemnizaciones	233,766.83		
Pasivo Corriente			
Cuentas por Pagar	7,322,840.72	9,663,518.17	12%
Prestaciones Laborales por Pagar	299,966.71		
Otros Pasivos	2,040,710.74		
Suma Igual Activo		83,097,125.10	100%

Fuente: Balance General proporcionado por la empresa objeto de estudio, el cual también servirá para el análisis por razones financieras que veremos a continuación.

3.2.3.2 Análisis por razones financieras

El análisis horizontal y vertical compara una cifra con otra de la misma categoría, es importante comparar dos cifras de categorías diferentes, lo anterior se lleva a cabo a través del análisis por razones. Uno de los principales propósitos del análisis por razones financieras es la simplificación de las cifras, cuya función es explorativa para facilitar la comprensión de las cifras expresadas en los Estados Financieros, por lo que el uso de abundantes razones para un mismo fin es perjudicial, el analista debe saber cual combinación de razones es la más apropiada para una situación específica.

3.2.3.3 Razones de liquidez

Liquidez es la capacidad que tiene la empresa en convertir los activos no monetarios en efectivo o de obtener efectivo para satisfacer los pasivos corrientes, la liquidez se aplica a corto plazo, es decir, al espacio de tiempo de un año o menos.

El análisis de la liquidez es especialmente importante para los acreedores, si una empresa presenta una posición de liquidez deficiente, esta los puede conducir a demoras en el pago del interés y principal o aun a pérdidas en los montos vencidos.

A continuación se presenta una descripción de diversas medidas de liquidez.

- **Capital de trabajo:** Constituye un colchón de seguridad para los acreedores, se requiere un saldo considerable cuando la entidad tiene dificultad para conseguir préstamos a corto plazo.

Activo corriente – Pasivo corriente

$$82,363,805.01 - 9,663,518.17 = 72,700,286.84$$

En este caso no sería problema para la empresa conseguir un préstamo a corto plazo ya que su activo corriente supera su pasivo corriente o deudas a corto plazo.

- **Razón corriente (Solvencia):** Sirve para medir la capacidad de una empresa para cubrir sus pasivos corrientes a partir de sus activos corrientes, la limitación de esta razón es que se le puede inflar justo antes del apuro financiero por el interés de la empresa por mejorar su posición de efectivo a través, por ejemplo, de la venta de activos fijos.

Activo corriente

Pasivo corriente

$$\frac{82,363,805.01}{9,663,518.17} = 8.52$$

El parámetro que generalmente se considera como aceptable es de dos quetzales de activo corriente por uno de pasivo corriente o cualquier índice mayor a este es bueno. En este caso por cada quetzal de pasivo corriente, se tiene 8.52 quetzales de activo corriente para cubrirlo.

- **Razón ácida (Prueba del ácido):** Constituye una prueba rigurosa de la liquidez, ya que mide la capacidad de pago inmediata que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Activos corrientes - inventarios

Pasivos corrientes

El inventario no se incluye en esta razón porque por lo general toma tiempo considerable convertirlo en efectivo, tampoco se incluyen los gastos pagados por anticipado porque no se les espera convertir en efectivo, y como tales no se tienen en cuenta para cubrir los pasivos corrientes.

$$\frac{82,363,805.01 - 25,014,581.67}{9,663,518.17} = 5.93$$

El parámetro que generalmente se considera como aceptable es de un quetzal ó 0.80 de activo corriente por uno de pasivo corriente ya que no se toman en cuenta los inventarios.

La empresa cuenta con capacidad de pago inmediata ya que cubre a sus obligaciones a corto plazo a razón de 5.93 veces.

- **Razones de cuentas por cobrar:** Entre ellas tenemos:
 - **Rotación de cuentas por cobrar:** Indica el número de veces que las cuentas por cobrar se cobran durante el año.

$$\frac{\text{Saldo inicial de CxC} + \text{Saldo final de CxC}}{2} = \text{Promedio CxC.}$$

2

$$\frac{\text{Ventas netas al crédito}}{\text{Promedio de CxC}} = \text{Rotación de CxC}$$

Entre más alta sea la rotación de cuentas por cobrar, mejor será para la empresa porque se están cobrando más rápidamente las cuentas por cobrar de sus clientes.

$$\frac{41,540,809.38 + 34,681,243.47}{2} = 38,111,026.43$$

$$\frac{132,405,535.51}{38,111,026.43} = 3.47$$

El parámetro deberá ser de 6 ó más veces, tomando en cuenta que dependerá del tipo de mercancías y las políticas de la empresa para la concesión de créditos, condiciones económicas que prevalezcan a la fecha del análisis, complementándose con la comparación del índice establecido para la empresa en particular y el obtenido en otras empresas de similares características.

Esta razón nos muestra que se tienen problemas para cobrar las ventas al crédito, ya que solamente se convierten en efectivo 3.47 veces en el año.

Período de cobro: Es el número de días que las ventas permanecen en cuentas por cobrar. Un período de cobro alto indica el peligro que corren los saldos de clientes en convertirse en cuentas incobrables.

$$\frac{360 \text{ ó } 365}{\text{Rotación de cuentas por cobrar}}$$

$$\frac{365}{3.47} = 105$$

El resultado de esta razón es en días, un índice aceptable sería de 60 días, un índice mayor como en este caso nos indica que se tienen problemas de cobrabilidad, ya que el período de cobro es de 105 días. Un índice menor, indicará que se cobro antes a los clientes, lo cual es deseable para cualquier empresa.

- **Razones de inventario:** Si una empresa dispone de inventarios excesivos, significa que está comprometiendo fondos en inventarios que podrían invertirse mejor en otros activos más rentables. Además, incurrirá en costos altos de manejo para almacenar sus mercancías, sin descartar el riesgo de obsolescencia de las mismas. Las dos razones más importantes son:

- **Rotación de inventarios:** Indica las veces que el inventario rota durante un período de tiempo determinado o, en otras palabras, el número de veces que dicho inventario se convierte en efectivo o cuentas por cobrar.

$$\frac{\text{Saldo inicial de inv.} + \text{Saldo final de inv.}}{2} = \text{Promedio inv.}$$

$$\frac{\text{Costo de mercadería vendida}}{\text{Promedio de inventario}} = \text{Rotación de inv.}$$

$$\frac{10,467,097.57 + 25,014,581.67}{2} = 17,740,839.62$$

$$\frac{96,271,500.78}{17,740,839.62} = 5.43$$

Un parámetro aceptable es de 8 o más veces, la disminución en la rotación de inventarios indica la acumulación de más mercancías, se debe intentar determinar los tipos específicos de inventario que no se están vendiendo bien y las razones de esto. Sin embargo, una disminución en la tasa de rotación no causaría preocupación si se debiera básicamente a la introducción de una nueva línea de productos sobre la cual los efectos de la publicidad aún no se hayan hecho sentir.

El inventario se está rotando 5.43 veces en el año, esto puede ser un problema porque podría existir inventario de lento movimiento o inventario obsoleto.

- **Número de días en inventario (Plazo medio de venta):** Nos indica la duración de tiempo requerido para comprar, vender y reponer el inventario.

$$\frac{360 \text{ ó } 365}{}$$

Rotación de inventarios

El aumento en el número de días en inventarios implica un mayor riesgo de obsolescencia.

$$\frac{365}{5.43} = 67$$

El parámetro aceptable para este índice es de 45 días, un índice mayor como en este caso, el cual es de 67 días puede indicar problemas de inventario obsoleto o de lento movimiento, y que no se están tomando las medidas necesarias para convertirlo en efectivo.

- **Ciclo de operaciones:** Indica el número de días que toma la conversión del inventario en efectivo.

Número de días en inventario + Número de días en CxC

Un parámetro aceptables para este índice es de 105 días, ya que un ciclo de operaciones largo es desfavorable, dado que se está comprometiendo más efectivo en activos no monetarios, al contrario, un ciclo de operaciones corto es deseable porque el efectivo se recupera más rápido y éste a su vez se puede reinvertir para mejorar el rendimiento.

$$67 \quad + \quad 105 \quad = \quad 172$$

Esta razón nos muestra que se toman 172 días para que el inventario se convierta en efectivo, esto causa que la empresa en determinado momento no cuente con efectivo para cubrir los gastos administrativos ni las compras efectuadas y tenga que recurrir a préstamos para lograrlo.

- **Rotación de cuentas por pagar:** Nos indica el número de veces al año que estamos pagando o cancelando nuestras deudas u obligaciones a corto plazo.

Saldo inicial de CxP+ Saldo final de CxP = Promedio CxP.

2

Compras al crédito = Rotación de CxP

Promedio de cuentas por pagar

$$\frac{7,780,668.01 + 7,322,840.72}{2} = 7,551,754.37$$

$$\frac{50,818,984.88}{7,551,754.37} = 6.73$$

Un parámetro aceptable es de 6 ó menos veces, ya que a mayor rotación nos indica que se está derogando más efectivo, la rotación de cuentas por pagar es de 6.73 veces en el año.

- **Plazo medio de pago:** Nos indica en cuantos días estamos cancelando nuestras obligaciones de corto plazo.

360 ó 365

Rotación de cuentas por pagar

$$\frac{365}{6.73} = 54$$

El parámetro deberá ser de 60 o más días, ya que un mayor índice representa que el efectivo permanece más tiempo en nuestras manos y podemos hacer una planeación más adecuada de nuestros pagos, en este caso es de 54 días, o sea, que las facturas de los proveedores están siendo canceladas en 54 días.

- **Rotación de activo total:** También se le conoce como rentabilidad de la inversión y determina con que eficiencia la empresa utiliza sus activos para generar ingresos o ventas, o sea, la contribución de los activos para generar ventas.

Saldo inicial de Activo + Saldo final de Activo = Promedio Act.

2

Ventas netas
Promedio activo total

$$\frac{68,866,744.13 + 83,097,125.10}{2} = 75,981,934.62$$

$$\frac{132,405,535.51}{75,981,934.62} = 1.74$$

El resultado de esta razón es variable ya que si la empresa cuenta con activos que no ayudan a generar ventas, el resultado será relativamente bajo. Si la empresa cuenta con activos que ayudan a estimular los ingresos por ventas, el resultado será alto, y por regla general, cuanto más sea la rotación de activos totales, tanto más eficiente será la utilización de sus activos.

3.2.3.4 Razones de solvencia.

Por solvencia se entiende la capacidad de la empresa para responder por sus obligaciones a largo plazo cuando estas se vencen. El análisis se concentra en la estructura financiera a largo plazo y de operaciones de la empresa, también se tiene en cuenta el nivel de deuda a largo plazo en la estructura del capital. Además la solvencia depende de la rentabilidad puesto que en el largo plazo una empresa será capaz de responder por sus deudas a medida que sea rentable. Dentro de estas razones podemos mencionar:

- a) **Razón de patrimonio a pasivo total:** El patrimonio comparado con el pasivo total constituye una medida significativa de solvencia pues un nivel alto de deuda en la estructura del capital puede significar dificultad para el pago de los intereses y el capital a su vencimiento. Una posición de endeudamiento alta conlleva el riesgo que se agote el efectivo en condiciones de adversidad.

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo total}} = \frac{31,357,228.64}{51,739,896.46} = 0.61$$

Para que la situación sea satisfactoria, en las empresas, es requisito que la inversión de los propietarios sea mayor que la de los acreedores, o que sea igual, el parámetro estándar deberá ser 0.67, si es menor a un quetzal, significa que la empresa depende en un porcentaje no mayor al dinero aportado por los acreedores; ya que cuando la inversión de los propietarios es preponderante en relación a la de los acreedores, los intereses de estos últimos están mejor

garantizados, ya que no se verían afectados, o el daño sería de menor consideración en el caso de pérdidas que sufra la empresa.

Razón de activos fijos a pasivos a largo plazo: Refleja el grado de financiación de activos fijos a través de acreedores a largo plazo, también suministra un indicativo del grado de posibilidad de préstamos adicionales a largo plazo. Una razón baja indica que los acreedores tienen un derecho significativo en los activos de la empresa.

$$\frac{\text{Activos fijos}}{\text{Pasivos a largo plazo}}$$

$$\frac{733,320.09}{42,076,378.29} = 0.02$$

Debido a que los activos fijos de la empresa no son significativos, la razón es de 0.02, el préstamo está básicamente garantizado con el inventario y el renombre comercial.

b) Razón de cobertura del interés: La razón de cobertura del interés (número de veces que la empresa gana el interés) refleja el número de veces que las utilidades antes de impuesto cubren el gasto de interés.

Es un indicador del margen de seguridad en sentido que muestra cuanta disminución en las ganancias puede absorber una empresa.

Utilidad antes de intereses .

Intereses gasto

$$\frac{13,894,338.66}{1,980,643.95} = 7.02$$

Un parámetro estándar podrá ser de un 0.40 ó más, ya que mientras mayor sea la razón mayor garantía tendrán los acreedores a quienes se les paguen los intereses. Para el año 2008, los intereses de los préstamos se cubrieron sin ninguna dificultad.

3.2.3.5 Razones de rentabilidad.

Un indicador de la buena salud financiera es la capacidad de la empresa de obtener ganancias satisfactorias y un retorno sobre la inversión, los inversionistas serán renuentes a asociarse a una empresa que tenga poca posibilidad de generar ganancias puesto que el precio de mercado de la acción y la capacidad de pago de dividendos se afectarán adversamente, los acreedores se mostrarán esquivos con las empresas que presenten una rentabilidad deficiente pues los montos que se les debe a ellos corren riesgo de no ser pagados. Entre las principales razones que miden los resultados de las operaciones tenemos:

- a) **Margen de utilidad:** Indica la rentabilidad generada a partir del ingreso con relación a la utilidad neta, en otras palabras, sirve para determinar la ganancia o pérdida de la empresa por cada quetzal vendido, y constituye por lo tanto una medida importante del desempeño de las operaciones.

Utilidad neta .

Ventas netas

$$\frac{11,913,694.71}{132,405,535.51} = 0.09$$

Un parámetro estándar podrá ser del 20% ó 30%, lo que significa que la empresa por cada quetzal que venda obtendrá una utilidad de 0.20 ó 0.30 centavos. El margen de utilidad neta para el ejercicio de enero a diciembre del 2008, fue de nueve por ciento (9%), este año en particular no se obtuvieron los resultados deseados por la administración de la empresa, por varios motivos entre los cuales podemos mencionar: disminución considerable de las ventas, el costo de ventas se vio afectado por las ventas de minicomponentes ya que los mismos se vendieron al costo y muchas veces abajo del mismo.

b) Retorno sobre la inversión: Es una medida clave porque considera las ganancias logradas por la inversión efectuada en la empresa, básicamente dos razones valúan el retorno sobre la inversión, las cuales son:

- **Retorno sobre activo total:** Indica la eficiencia sobre la cual la gerencia ha utilizado sus recursos disponibles para generar utilidad.

Utilidad neta + intereses gasto * (31%)

Promedio de activo total

$$\frac{11,913,694.71 + 1,992,886.05*0.31}{75,981,934.62} = 0.06$$

El parámetro de esta razón puede ser un poco variable pero lo recomendable es que sea por lo menos de un 5% o más, como la razón fue del 6%, esto significa que los activos que posee la empresa si están contribuyendo a la generación de utilidades, dentro de la misma.

- **Retorno sobre patrimonio:** Mide el rendimiento aplicable a los accionistas después de deducir los pagos de interés a los acreedores.

Utilidad neta

Patrimonio Neto

$$\frac{11,913,694.71}{31,357,228.64} = 0.38$$

Un parámetro aceptable será de 60% o más, el retorno sobre el patrimonio no es el esperado en año 2008, ya que esta a razón de treinta y ocho quetzales por cada quetzal invertido por los accionistas.

- c) **Razón de ventas netas a activo total promedio:** También se le conoce como rentabilidad de la inversión y determina con que eficiencia la empresa utiliza sus activos para generar ingresos o ventas.

Ventas netas

Activo Total Promedio

$$\frac{132,405,535.51}{75,981,934.62} = 1.74$$

Para obtener un resultado de mayor confiabilidad es conveniente excluir del activo total las inversiones a largo plazo, en vista que no contribuyen a generar ventas. El resultado de esta razón es variable ya que si la empresa cuenta con activos que no ayudan a generar ventas, entonces el resultado será relativamente bajo. Si la empresa cuenta con activos que ayudan a estimular las ventas, entonces el resultado será alto, y por regla general, cuanto más alta sea la rotación de activos totales, tanto más eficiente será la utilización de sus activos.

- d) Utilidades por acción:** Indica las ganancias alcanzadas por cada acción común, cuando se incluyen acciones preferentes en la estructura del capital, la utilidad neta debe reducirse por los dividendos preferentes para determinar el monto aplicable a las acciones comunes. Esta razón constituye un indicador útil del desempeño operacional de la empresa, como también de los dividendos que se deben esperar.

Utilidad neta (-) dividendo preferencial

Promedio de acciones comunes

$$\frac{11,913,694.71}{200} = 59,568.47$$

El parámetro para esta razón dependerá de las utilidades que genera la empresa, esto significa que a mayor utilidad mayor beneficio tendrán las acciones. Caso contrario si el valor disminuyera con respecto al año anterior significaría que la empresa está operando con pérdida.

- e) **Razón de valor en libros por acción:** Su utiliza para medir el valor en libros que cada acción tiene.

$$\frac{\text{Capital contable}}{\text{Número de acciones}} = \frac{83,097,125.10}{200} = 415,485.63$$

Para esta razón no se tiene un parámetro estándar, debido a las utilidades obtenidas a lo largo de los ejercicios contables desde el inicio de actividades de la empresa, el valor por acción se incrementa cada año, tal como se puede notar ya que el valor nominal de las mismas es de mil quetzales cada una.

3.2.3.6 Razones de estabilidad:

Son las que miden el grado de protección a los acreedores e inversionistas a largo plazo, con los activos que no son utilizados para la generación del capital de trabajo, es decir son los activos que se utilizan como garantía.

- a) **Estabilidad:** Nos muestra la forma en que los activos no corrientes están garantizando las obligaciones a largo plazo, o sea cuanto de ese

activo no corriente tiene la empresa para garantizar o en su defecto pagar un quetzal de pasivo no corriente.

$$\frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Pasivo no corriente}} = 0.02$$
$$\frac{733,320.09}{42,076,378.29}$$

Se puede decir que esta razón no cuenta con un parámetro estándar, ya que esta podrá variar, a inicio el índice será mayor que uno, ya que en los primeros años la empresa necesita financiamiento para la compra de activos fijos, el cual irá aumentando cuando se paguen los pasivos. Por el contrario si el índice fuere menor a uno, esto significa que la empresa no cuenta con una garantía suficiente para cubrir los pasivos a largo plazo. Cuando el índice sea igual uno eso implicará que el activo ha cubierto la totalidad del pasivo. Como regla general este índice siempre resulta mayor que uno.

Cuando se calcula esta razón se debe tomar como base los precios de mercado de los activos fijos en lugar del costo original del bien, ya que la garantía para los acreedores a largo plazo se basa en el precio al que se pueden vender en el mercado al tener que liquidarse.

En este caso la empresa no cuenta con activos fijos considerables, por tal motivo esta razón no tiene mucha importancia.

b) **Propiedad:** Nos señala que parte de los activos totales de la empresa, son financiados con capitales de los propios inversionistas, o sea que los activos son propiedad directa de los socios. Es importante señalar que el capital de los socios no debe ser exclusivo para la compra de los activos ya que de seguirse este procedimiento no se estará utilizando las líneas de crédito existentes.

Patrimonio

Activos totales

$$\frac{31,357,228.64}{83,097,125.10} = 0.38$$

Es importante mencionar que el capital de los socios no debe emplearse únicamente para la compra de activos ya que de seguir este procedimiento no se estará utilizando en otras fuentes de financiamiento existentes, considerando como aceptable un 40%. Este es otra razón que utilizan los acreedores para establecer el riesgo que estén dispuestos a compartir con los propietarios al otorgarles crédito. En este caso las actividades de la empresa están siendo financiadas en la mayor parte por los proveedores y acreedores, ya que el patrimonio solo representa el treinta y ocho por ciento (38%) del total de los activos.

c) **Endeudamiento:** Mide el grado de financiamiento por parte de terceros en los activos de la empresa. Se le conoce con el nombre de “**apalancamiento financiero**”, o sea mide la presentación de los activos financiados por deuda, si el porcentaje es mayor de sesenta por ciento (60%) la empresa está corriendo un nivel alto de

financiamiento, que al final puede ser riesgoso; sin embargo, se debe tomar en cuenta el tipo de empresa para determinar si éste puede ser mayor o menor.

$$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}} = 0.62$$
$$\frac{51,739,896.46}{83,097,125.10} = 0.62$$

El endeudamiento o apalancamiento financiero de la empresa es de sesenta y dos por ciento (62%), o sea, que la actividad de la empresa es financiada por terceros, por una parte es conveniente ya que se están tomando en cuenta todos los recursos que la empresa puede generar para hacerla funcionar, por otro lados, el porcentaje de endeudamiento es alto y en épocas difíciles puede ser riesgoso.

- d) **Solidez:** Nos indica cuanto de los activos totales tiene la empresa para pagar un quetzal de pasivo total. Este índice deberá ser mayor que uno para que la empresa este en equilibrio.

$$\frac{\text{Activos totales}}{\text{Pasivos totales}} = 1.61$$
$$\frac{83,097,125.10}{51,739,896.46} = 1.61$$

Este índice debe ser mayor a uno, a medida que se reduce la razón, y sobre todo cuando se acerca a uno, significa que la empresa ya no posee capital y se aproxima a la quiebra, cuando es menor que uno la empresa está en posición de pérdida o sea en quiebra técnica. Por el

contrario un índice muy elevado de esta razón implica que la empresa no tiene pasivos y está trabajando exclusivamente con su patrimonio, lo cual no puede ser conveniente en algunos casos, ya que no se estarían utilizando las fuentes de financiamiento disponibles. En este caso la empresa tiene solidez, debido a que tiene sesenta y un centavos más de activos por cada quetzal de pasivo, al treinta y uno de diciembre del año dos mil ocho.

3.3 Análisis de información financiera por segmentos

Es el análisis del comportamiento individual de los productos o áreas geográficas para determinar su rentabilidad o posibles deficiencias, es decir, estudiar detalladamente desde el ingreso, los costos de fabricación y ventas, gastos de distribución y administración con el objeto de determinar la utilidad neta individual.

3.3.1 Análisis de segmentos por negocio

Cuando se analiza la contribución individual del segmento de negocio, se debe tomar en cuenta que existen productos que ofrecen un mayor margen de utilidad bruta y otros que su margen es menor. El margen bruto de cada producto da a conocer la contribución del mismo después de restarle los costos de adquisición, de conversión y costos variables de venta. Existen gastos de distribución que están íntimamente relacionado con las ventas, como por ejemplo, sueldos, comisiones, fletes, viáticos, promociones, publicidad y bonos. Estos gastos son difíciles de atribuir a un determinado segmento, por lo tanto, deben ser distribuidos bajo una base justa de reparto según las políticas adoptadas por la administración de la empresa.

Los gastos de administración al igual que los gastos de distribución, deben ser distribuidos bajo una base justa de reparto según las políticas adoptadas por la administración de la empresa.

3.3.2 Análisis de segmentos geográficos

El análisis de segmentos geográficos es importante cuando se analiza el Estado de Resultados ya que nos muestra la contribución de cada región en el margen bruto en ventas, se pueden observar ciertas áreas donde la aceptación del producto es muy buena o al contrario no es muy aceptada.

Los gastos de distribución y administración se deben distribuir bajo una base justa de reparto según las políticas adoptadas por la administración de la empresa.

3.4 Ventajas del análisis de información financiera por segmentos

Analizar la información financiera por segmentos es de suma importancia para la toma de decisiones en las empresas que comercializan diversos productos en varias regiones o países, entre las ventajas podemos mencionar:

- I. Ayuda a los usuarios a entender el rendimiento neto de cada producto o familia de productos.
- II. Ayuda a la gerencia a tomar decisiones respecto a los precios de los productos.
- III. Ayuda a la gerencia a tomar decisiones en relación a los productos que se pueden renovar, los productos que pueden continuar como están y los que pueden ser retirados del mercado.
- IV. Muestra los segmentos de negocio y geográficos con problemas ya que se analiza la rentabilidad de cada uno, derivado de esto se pueden tomar las decisiones correctas y a tiempo.
- V. Sirve de punto de partida para la distribución de recursos en lo referente a publicidad y promociones

3.5 Participación del Contador Público y Auditor.

La participación del Contador Público y Auditor en el análisis de información financiera por segmentos no se limita a la aplicación de formulas, y la obtención de resultados, también puede participar como consultor, para lo cual deberá hacer aportes y sugerencias adecuadas que ayuden a la toma de decisiones en forma oportuna.

El Contador Público y Auditor está en la obligación de capacitarse constantemente ya que las exigencias de las empresas, principalmente transnacionales y los cambios a nivel mundial para la unificación de la información financiera es cada vez mayor, por tal motivo es necesario estar actualizado con dichos cambios.

La experiencia en el entorno económico y financiero debe ser bastante amplia, las normas internaciones de auditoría tienen contemplada la participación del Contador Público y Auditor al efectuar trabajos de servicios relacionados, por ejemplo, trabajos para revisar Estados Financieros, trabajos para realizar procedimientos convenidos respecto de información financiera y trabajos para compilar información financiera.

CAPITULO IV
INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS PARA UNA EMPRESA
DISTRIBUDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS.
(CASO PRÁCTICO)

4 Enunciado

A continuación se presentan los datos obtenidos del estudio realizado a la empresa "Electrodomésticos, S.A., que fue constituida bajo las leyes de la República de Guatemala, dedicándose a la compra y venta de electrodomésticos, dichos datos comprenden del período del 01 de enero al 31 de diciembre del 2008, y serán utilizados para analizar la información por segmentos y determinar el rendimiento individual de los mismos, situación financiera y márgenes de rentabilidad, hasta llegar a la utilidad antes de impuestos.

Como se mencionó en el capítulo uno dicha empresa forma parte de un grupo corporativo, cuya casa matriz está ubicada en la ciudad de México, la cual cotiza sus acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V., por tal motivo es necesario presentar sus Estados Financieros de acuerdo a Normas Internacionales de Información Financiera, en este caso específico conforme la norma número 8 "Segmentos de Operación".

La empresa cuenta con una línea de 25 productos, integrados por televisores, teatros en casa, reproductores de dvd's, cámaras para grabar video, teléfonos y plantas telefónicas, baterías (pilas), refrigeradoras, lavadoras, estufas, secadoras, hornos micro ondas, cámaras digitales. Tiene operaciones en toda la República de Guatemala.

Los Estados Financieros antes de ser analizados por razones financieras y presentados de acuerdo a la norma internacional de información financiera número 8 "Segmentos de Operación", se muestran tal y como la empresa objeto de estudio los proporciona.

Para el análisis de la información financiera por segmentos de la presente tesis, los segmentos de negocio se presentan por familias de productos y los segmentos geográficos se presentan por zonas. Los cuales se integran así:

Segmento de negocio	Segmento geográfico
Televisión	Zona central
Audio y video	Zona sur
Comunicaciones	Zona oriente
Pilas (Baterías)	Otros menores
Otros menores	

El Estado de Resultados del 01 de enero al 31 de diciembre del 2008, fue el siguiente:

Electrodomésticos, S.A.
Estado de Resultados
Del 01/01/2008 Al 31/12/2008
(Expresado en Quetzales)

Ventas Netas		132,405,536	100%
(-)Costo de Ventas		(96,271,501)	73%
Utilidad Bruta		36,134,035	27%
<u>Gastos de Operación</u>		(22,239,696)	17%
Gastos Administrativos	5,092,049		
Gastos de Ventas	17,147,647		
Utilidad en Operación		13,894,339	10%
<u>Otros Gastos y Productos</u>		(1,980,644)	1%
Otros Gastos	(1,992,886)		
Otros Productos	12,242		
Utilidad (perdida) del ejercicio		11,913,695	9%

4.1 Razones financieras al Estado de Resultados.

Cuando se aplican razones financieras al Estado de Resultados, las ventas netas representan el 100%, y los porcentajes son calculados en relación al mismo. Para efectos de la presente tesis se aplicarán cinco, las cuales son:

Participación del costo de ventas

$$\frac{96,271,500}{132,405,535} = 73\%$$

Como podemos observar el costo de ventas representa el 73% de las ventas netas del período, lo cual es malo para la empresa ya que como mínimo debería estar no mayor al 60%.

Margen de utilidad bruta

$$\frac{36,134,034}{132,405,535} = 27\%$$

Como el costo de ventas representa el 73%, el margen de utilidad bruta es de 27%, para completar el 100% de las ventas netas, la utilidad bruta debe ser como mínimo de un 40% porque de lo contrario la utilidad antes de impuesto no será la esperada.

Gastos de operación

$$\frac{22,239,696}{132,405,535} = 17\%$$

Los gastos de operación representan el 17% sobre las ventas netas, lo cual es aceptable para el tipo de negocio.

Otros gastos y productos

$$\frac{1,980,643}{132,405,535} = 1\%$$

Otros gastos y productos representan el 1% sobre las ventas netas, debido a los intereses pagados por los préstamos obtenidos.

Utilidad antes de ISR

$$\frac{11,913,694}{132,405,535} = 9\%$$

La utilidad antes de impuestos representa el 9% sobre las ventas netas, lo cual está muy por debajo del margen aceptable, el cual debería ser por lo menos de un 20%. (Formula Página 69)

El Balance General al 31 de diciembre del 2008, fue el siguiente:

Electrodomésticos, S.A.
 Balance General
 Al 31/12/2008
 (Expresado en Quetzales)

Activo No Corriente

Propiedad, Planta y Equipo	733,320	1%
----------------------------	---------	----

Activo Corriente

		82,363,805	
Inventarios	25,014,582		30%
Cuentas por Cobrar (Neto)	34,681,243		42%
Caja y Bancos	16,640,617		20%
Impuestos Anticipados	4,955,719		6%
Otros Activos corrientes	1,071,644		1%
Suma del Activo		83,097,125	100%

Patrimonio y Pasivo

Patrimonio

		31,357,229	37%
Capital en Acciones	200,000		
Utilidades Acumuladas	18,084,833		
Utilidad del Periodo	11,913,695		
Reserva Legal	1,158,701		

Pasivo No Corriente

		42,076,378	51%
Prestamos	41,842,611		
Reserva para indemnizaciones	233,767		

Pasivo Corriente

		9,663,518	12%
Cuentas por Pagar	7,322,841		
Prestaciones Laborales por Pagar	299,967		
Otros Pasivos	2,040,711		
Suma Igual Activo		83,097,125	100%

4.1.1 Razones financieras al Balance General

Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance General los cuales proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños, entidades financieras, asesores, el gobierno, etc., para efectos del caso práctico se aplicarán seis razones financieras al Balance General.

Solvencia

$$\frac{82,363,805}{9,663,518} = 8.52$$

Nos indica que la empresa cuenta con los bienes y recursos suficientes para cubrir las deudas contraídas a corto plazo a razón de 8.52 quetzales por uno, para que una empresa cuente con solvencia, debe estar capacitada para cancelar los pasivos contraídos, al vencimiento de los mismos.

Se debe diferenciar el concepto de solvencia con el de liquidez, debido a que liquidez es tener el efectivo necesario que nos permita hacer el pago de los compromisos contraídos. (Formula Página 60)

Prueba Ácida (Liquidez)

$$\frac{82,363,805 - 25,014,582}{9,663,518} = 5.93$$

Al no incluir el valor de los inventarios este indicador señala con mayor precisión las disponibilidades inmediatas para el pago de deudas a corto plazo. La

capacidad de pago inmediato de la empresa es de 5.93 quetzales por uno, por lo tanto, las obligaciones a corto plazo están cubiertas. (Formula Página 60)

Así mismo, eliminar la cuenta de inventarios no garantiza una mejor liquidez pues se debe tomar en cuenta la calidad de las cuentas por cobrar y la facilidad de realización del inventario, pues a veces es más fácil vender el stock de mercancías o productos que recuperar la cartera.

Si las cuentas por cobrar tienen una rotación lenta, se recomienda eliminar esta partida para el cálculo de la prueba ácida, incluyendo en el numerador, por lo tanto, sólo el efectivo y las inversiones temporales o equivalentes de efectivo. Cuando se realiza ésta depuración, el indicador así calculado se denomina "razón de liquidez extrema".

Rotación de inventarios

$$\frac{10,467,097.57 + 25,014,581.67}{2} = 17,740,839.62$$

$$\frac{96,271,500.78}{17,740,839.62} = 5.43$$

El inventario se está rotando 5.43 veces en el año, esto se debe a que existe inventario obsoleto que corresponde a los mini componentes que a finales del año 2007 por una mala planeación de ventas se adquirió una cantidad grande de los mismos, y estos a su vez fueron desplazados por los teatros en casa en el año 2008, adicional existe inventario de lento movimiento el cual está representado por los celulares. (Formula Página 63)

Endeudamiento

$$\frac{51,739,896}{83,097,125} = 0.62$$

Se considera como una herramienta, técnica o habilidad del administrador, para utilizar el costo por el interés financiero para maximizar las utilidades netas por efecto de los cambios en las utilidades de operación de una empresa. En otras palabras es la utilización de fondos obtenidos por préstamos a un costo fijo, para maximizar las utilidades netas de la empresa. (Formula Página 74)

Debido al préstamo con que se cuenta, la razón de endeudamiento es del 62%, lo cual por un lado es favorable ya que se están utilizando las herramientas con que se cuenta, pero por el otro lado es un poco riesgoso en tiempos difíciles.

Solidez

$$\frac{83,097,125}{51,739,896} = 1.61$$

Nos muestra que en el año 2008 estuvo sólida la empresa ya que se tenía sesenta y un centavos más de activos por cada quetzal de pasivo, este índice debe ser mayor que 1, porque si es igual a 1 significa que la empresa ya no tiene capital, si fuera menor que 1 la empresa tiene pérdida, por el contrario un índice muy elevado implica que la empresa no tiene pasivos y está trabajando exclusivamente con su patrimonio, lo cual no puede ser conveniente en algunos casos. (Formula Página 75)

4.1.2 Comparación de índices con empresas similares

Electrodomésticos, S.A.
Cuadro Comparativo de Índices Financieros
Con otra empresa del mismo sector comercial
Al 31/12/2008

Índice	Electrodomésticos	Competencia
Costo de Ventas	73%	53%
Margen Bruto	27%	47%
Gastos de Operación	17%	20%
Otros Gastos y Productos	1%	5%
Utilidad Antes de Impuestos	9%	22%
Solvencia	8.52	8.18
Prueba Ácida (Liquidez)	5.93	5.81
Rotación de Inventarios	5.43	10.58
Endeudamiento	0.62	0.68
Solidez	1.61	1.47

Fuente: Los índices de referencia se obtuvieron de la empresa La competencia, S.A.

Al terminar el análisis de las anteriores razones financieras, se deben tener los criterios y las bases suficientes para tomar las decisiones que mejor le convengan a la empresa, aquellas que ayuden a mantener los recursos obtenidos anteriormente y adquirir nuevos que garanticen el beneficio económico futuro, también verificar y cumplir con las obligaciones con terceros para así llegar al objetivo primordial de la gestión administrativa, posicionarse en el mercado obteniendo amplios márgenes de utilidad permanente y sólida frente a los competidores.

Un buen análisis financiero de la empresa puede otorgar la seguridad de mantener la empresa vigente y con excelentes índices de rentabilidad.

4.2 Identificación de segmentos

4.2.1 Segmentos de negocio

Los productos están agrupados en segmentos de negocio dependiendo las características particulares de cada uno, a continuación se presenta la totalidad de dichos productos con sus ventas anuales respectivamente, los cuales están identificados en el segmento que corresponden.

<u>No.</u>	<u>Producto</u>	<u>Ventas</u>	<u>Segmento</u>
1	Televisores LCD	24,445,703	Televisores
2	Televisores Plasma	12,009,248	Televisores
3	Televisores Convencionales	11,012,433	Televisores
4	Teatro en casa 5.1 canales	6,176,387	Audio y Video
5	Equipos de sonido	5,335,347	Audio y Video
6	Teatro en casa 7.1 canales	4,257,765	Audio y Video
7	Reproductor de DVD´s	4,047,505	Audio y Video
8	Reproductor de DVD´s blu ray	3,626,985	Audio y Video
9	Mini componentes	2,838,510	Audio y Video
10	Plantas telefónicas	10,885,403	Comunicaciones
11	Teléfonos inalámbricos	7,828,543	Comunicaciones
12	P.B.X.	3,504,205	Comunicaciones
13	Teléfonos	2,634,367	Comunicaciones
14	Celulares	852,758	Comunicaciones
15	Pilas (Baterías) AA	7,301,080	Pilas (Baterías)
16	Pilas (Baterías) AAA	4,226,941	Pilas (Baterías)
17	Pilas (Baterías) A	3,659,689	Pilas (Baterías)
18	Pilas (Baterías) p/teléfonos inalámbricos	3,110,736	Pilas (Baterías)
19	Cámaras digitales	3,674,611	Otros menores
20	Cámaras de video	2,852,863	Otros menores
21	Hornos micro hondas	2,310,199	Otros menores
22	Refrigeradoras	1,938,086	Otros menores
23	Lavadoras	1,519,459	Otros menores
24	Estufas	1,286,889	Otros menores
25	Secadoras	1,069,823	Otros menores

Total ventas anuales 2008	132,405,536
---------------------------	-------------

4.2.2 Segmentos geográficos

La empresa tiene ventas en toda la República de Guatemala, a continuación se presentan las ventas anuales por departamento, los cuales a su vez forman parte de un segmento geográfico.

<u>No.</u>	<u>Departamento</u>	<u>Ventas</u>	<u>Segmento</u>
1	Guatemala	39,837,220	Zona central
2	Chimaltenango	13,429,246	Zona central
3	Sacatepéquez	9,681,831	Zona central
4	Escuintla	15,086,065	Zona sur
5	Santa Rosa	8,560,959	Zona sur
6	Suchitepéquez	7,935,078	Zona sur
7	Sololá	1,605,219	Otros menores
8	Totonicapán	1,926,280	Otros menores
9	Quetzaltenango	2,042,076	Otros menores
10	Retalhuleu	1,236,822	Otros menores
11	San Marcos	1,021,038	Otros menores
12	Huehuetenango	1,221,044	Otros menores
13	Baja Verapaz	3,522,677	Otros menores
14	Alta Verapaz	3,045,254	Otros menores
15	Izabal	1,353,303	Otros menores
16	Peten	804,910	Otros menores
17	Quiché	1,016,198	Otros menores
18	El Progreso	6,602,343	Zona oriente
19	Jutiapa	5,833,729	Zona oriente
20	Chiquimula	2,681,609	Zona oriente
21	Jalapa	2,049,638	Zona oriente
22	Zacapa	1,912,995	Zona oriente

Total ventas anuales 2008	132,405,535
---------------------------	-------------

4.3 Distribución de costos y gastos

Las ventas, costos de venta y gastos de operación para los segmentos de negocio y geográficos están integrados así:

Cuadro A

Segmentos de Negocio	Ventas	Costo de ventas	Gastos de Operación	Otros gastos y productos	Utilidad Antes de Imp.
Televisión	47,467,384	34,417,062	7,622,919	768,292	4,659,112
Audio y video	26,282,499	20,024,472	4,176,797	425,838	1,655,391
Comunicaciones	24,852,519	17,858,363	4,351,103	311,357	2,331,695
Pilas (Baterías)	18,298,445	12,996,653	2,846,529	249,561	2,205,702
Resto de segmentos	15,504,688	10,974,951	3,242,347	225,595	1,061,794
Total	132,405,536	96,271,501	22,239,696	1,980,644	11,913,695

Cuadro B

Segmentos Geográficos	Ventas	Costo de ventas	Gastos de Operación	Otros gastos y productos	Utilidad Antes de Imp.
Zona central	62,948,297	47,015,492	10,050,960	821,967	5,059,878
Zona sur	31,582,103	21,788,526	5,687,781	322,845	3,782,951
Zona oriente	19,080,314	13,759,645	3,337,522	414,945	1,568,202
Otros menores	18,794,822	13,707,838	3,163,433	420,887	1,502,664
Total	132,405,536	96,271,501	22,239,696	1,980,644	11,913,695

Los cuadros anteriores fueron elaborados con datos proporcionados por la empresa objeto de estudio, es importante mencionar que no existe ninguna norma que indique la base o el procedimiento justo para distribuir los gastos que no pueden identificarse directamente a los segmentos, por lo tanto, se debe buscar la forma que se acerque más a la realidad.

4.4 Umbrales cuantitativos

Según la norma internacional de información financiera número ocho “segmentos de operación”, una entidad deberá informar por separado cada uno de los segmentos de operación que sea igual o mayor a un 10% sobre ingresos totales o utilidades para el Estado de Resultados, y un 10% sobre activos totales para el Balance General, para lo cual se efectuarán las pruebas necesarias.

4.4.1 Identificación de los segmentos de negocio sobre los que debe informarse.

La información financiera por segmentos de negocio debe cumplir con ciertos criterios, si los segmentos sobre los cuales se desea informar es menor al 75% del ingreso ordinario consolidado, deberán identificarse segmentos adicionales hasta que la suma de los mismos sea por lo menos el 75% de los ingresos ordinarios, individuales o consolidados de la entidad. También se debe informar por separado cada uno de los segmentos de operación que sea igual o mayor a un 10% sobre ingresos totales ó utilidades ara el Estado de Resultados.

Segmentos de negocio	Totalidad de Ventas		Utilidad antes de ISR	
	Ventas	%	Utilidad	%
Televisión	47,467,384	35.85%	4,659,112	39.11%
Audio y video	26,282,499	19.85%	1,655,391	13.89%
Comunicaciones	25,705,277	19.41%	2,288,161	19.21%
Pilas (Baterías)	18,298,445	13.82%	2,205,702	18.51%
Otros menores	14,651,930	11.07%	1,105,329	9.28%
Total	132,405,536	100.00%	11,913,695	100.00%

La suma de todos los segmentos de negocio representa el 100% de las ventas netas, en el presente caso práctico se analizarán los primeros tres segmentos ya que la suma de los mismos representan el 75.11% del total de las ventas.

También cumplen con la prueba de ingresos, ya que superan el 10% del total de las ventas, los segmentos de Televisión con 35.85%, Audio y Video con 19.85% y Comunicaciones con 19.41%, así mismo también es superada la prueba de ingresos ya que también los tres segmentos superan el 10% de utilidad antes de impuestos, con respecto al total de la utilidad antes de impuestos obtenida durante el período contable del 2008.

4.4.2 Prueba de activos

La norma internacional de información financiera número 8 “Segmentos de Operación” indica que los activos deben ser iguales o superiores al 10 por ciento de los activos combinados de todos los segmentos de operación.

Segmento de negocio	Activo No Corriente	%	Activo Corriente	%	Total
Televisión	260,895	0.31%	31,147,844	37.48%	31,408,739
Audio y Video	143,564	0.17%	15,561,431	18.73%	15,704,995
Comunicaciones	136,644	0.16%	14,516,753	17.47%	14,653,397
Pilas (Baterías)	100,345	0.12%	11,387,821	13.70%	11,488,166
Otros Menores	91,872	0.11%	9,749,956	11.73%	9,841,828
Total	733,320	0.87%	82,363,805	99.13%	83,097,125

El cuadro anterior muestra que el 99.13% del total de los activos se concentra en los activos corrientes y que el activo no corriente solo representa el 0.87% del total de los activos totales, debido a que no han invertido en bienes inmuebles, solo está integrado por el equipo de computo, mobiliario y equipo de oficina y vehículos. Cada segmento supera la prueba del 10% sobre el activo total, pero como ya se indico anteriormente para efectos de la presente tesis solo se analizarán los primeros tres segmentos.

4.4.3 Identificación de los segmentos geográficos sobre los que debe informarse.

La información financiera por segmentos geográficos también debe cumplir con ciertos criterios, si los segmentos sobre los cuales se desea informar es menor al

75% del ingreso ordinario consolidado, deberán identificarse segmentos adicionales hasta que la suma de los mismos sea por lo menos es 75% de los ingresos ordinarios, individuales o consolidados de la entidad. También se debe informar por separado cada uno de los segmentos geográficos que sea igual o mayor a un 10% sobre ingresos totales ó utilidades ara el Estado de Resultados.

Segmentos Geográficos	Totalidad de Ventas		Utilidad antes de ISR	
	Ventas	%	Utilidad	%
Central	62,948,297	47.54%	5,059,878	42.47%
Sur	31,582,102	23.85%	3,782,950	31.75%
Oriente	19,080,314	14.41%	1,568,203	13.16%
Otros Menores	18,794,822	14.19%	1,502,664	12.61%
Total	132,405,536	100.00%	11,913,695	100.00%

De la misma forma que la prueba al segmento de negocio, los primeros tres segmentos totalizan el 85.81% de las ventas con relación al total de las mismas, por tal motivo, para el análisis de los Estados Financieros solo se timarán en cuenta estos.

Como se puede notar los mismos también cumplen con la prueba de ingresos, ya que superan el 10% del total de las ventas, como lo son la zona central con 47.54%, zona sur con 23.85% y zona oriente con 14.41%, así mismo, es superada la prueba de ingresos ya que también los tres segmentos superan el 10% de utilidad antes de impuestos, con respecto al total de la utilidad obtenida durante el período contable del 2008.

4.4.4 Prueba de activos

La norma internacional de información financiera número 8 "Segmentos de Operación" indica que los activos deben ser iguales o superiores al 10% de los activos combinados de todos los segmentos de operación.

Segmento Geográfico	Activo No Corriente	%	Activo Corriente	%	Total
Central	298,635	0.36%	35,206,909	42.37%	35,505,544
Sur	194,916	0.23%	16,846,104	20.27%	17,041,019
Oriente	125,675	0.15%	15,564,645	18.73%	15,690,320
Otros Menores	114,094	0.14%	14,746,148	17.75%	14,860,242
Total	733,320	0.88%	82,363,805	99.12%	83,097,125

Como se puede observar en el cuadro anterior muestra que el 99.12% del total de los activos se concentra en los activos corrientes y que el activo no corriente solo representa el 0.88% del total de los activos totales, debido a que no han invertido en bienes inmuebles, solo está integrado por el equipo de computo, mobiliario y equipo de oficina y vehículos. Cada segmento supera la prueba del 10% sobre el activo total, pero como ya se indico anteriormente para efectos de la presente tesis solo se analizarán los primeros tres segmentos.

4.5 Elaboración de Estados Financieros

Para efectos de la presente tesis, los Estados Financieros que se elaborarán en base a información financiera por segmentos son: Estado de Resultados y Balance General.

4.5.1 Estado de Resultados por segmentos de negocio, detallado por zonas

El Estado de Resultados por segmentos de negocio, detallados por zonas nos muestra la participación y rendimiento que tuvo cada segmento de negocio detallado por zona geográfica, hasta llegar a la utilidad antes de impuestos.

Electrodomésticos, S.A.
 Estado de resultados por segmentos de negocio de Televisión, Audio y Video y Comunicaciones.
 Detallado por las zonas geográficas Central, Sur y Oriente.
 Del 01/01/2008 Al 31/12/2008
 (Expresado en Quetzales)

Descripción	Total	Contribución individual de los segmentos de negocio en el total					
		Televisión	%	Audio y Video	%	Comunicaciones	%
Ventas	132,405,536	47,467,384	35.85%	26,282,499	19.85%	25,705,277	19.41%
Zona central	62,948,297	22,566,965		12,495,237		12,220,814	
Zona sur	31,582,102	11,322,184		6,269,047		6,131,365	
Zona oriente	19,080,314	6,840,293		3,787,442		3,704,262	
Costo de Ventas	96,271,501	34,417,062	35.75%	20,024,472	20.80%	18,512,452	19.23%
Zona central	47,015,492	16,808,038		9,779,222		9,040,807	
Zona sur	21,788,526	7,789,398		4,532,013		4,189,807	
Zona oriente	13,759,645	4,919,073		2,862,006		2,645,900	
Margen Bruto	36,134,035	13,050,323		6,258,027		7,192,824	
Gastos de Operación	24,220,340	8,391,211	34.65%	4,602,636	19.00%	4,904,664	20.25%
Zona central	10,872,927	3,982,324		1,940,134		2,059,959	
Zona sur	6,010,626	2,056,281		1,196,685		1,198,738	
Zona oriente	3,752,467	1,084,549		828,474		931,886	
Utilidad antes de impuestos	11,913,695	4,659,112	39.11%	1,655,391	13.89%	2,288,161	19.21%

4.5.2 Análisis del Estado de Resultados por segmentos de negocio

El análisis de la información financiera por segmentos de negocio es muy importante para las empresas que comercializan una cantidad de productos considerable, debido a que por medio del mismo se puede observar el rendimientos individual de cada producto o familia de productos, esto quiere decir, que podemos observar los ingresos, costo de ventas, gastos de operación y utilidades antes de impuestos, además se puede medir la contribución de cada segmento en la información total de la misma.

A continuación analizaremos el rendimiento individual de cada producto agrupado en su respectivo segmento de negocio.

- **Televisión**

Producto	Ventas	Costo	Gastos	Utilidad	%
Televisores LCD	24,445,703	16,478,605	5,399,927	2,567,171	10.50%
Televisores Plasma	12,009,248	9,765,419	1,093,029	1,150,801	9.58%
Televisores Convencionales	11,012,433	8,173,038	1,898,255	941,141	8.55%
Total	47,467,384	34,417,062	8,391,211	4,659,112	9.82%

En el cuadro anterior podemos observar que los ingresos del segmento de negocio de televisión suman Q. 47,467,384 que representan el 35.85% del total de los ingresos de la empresa, además, la rentabilidad de dicho segmento asciende a la cantidad de Q. 4,659,112 y representa el 39.11% de la rentabilidad total de la empresa. El producto principal del segmento de televisión son los televisores LCD, debido a que sus ingresos y su rentabilidad son los más altos según la

integración anterior, dicho producto es muy aceptado en el mercado ya que su tecnología permite disfrutar de imágenes bien definidas y con colores más intensos.

También podemos observar que el producto que reporta menos ingresos y menor rentabilidad son los televisores convencionales, esto principalmente a que se espera en un futuro no muy lejano sacarlos del mercado, debido al impulso que se le está dando a los televisores LCD y plasma.

- **Audio y video**

Producto	Ventas	Costo	Gastos	Utilidad	%
Teatro en casa 5.1 canales	6,176,387	4,270,564	1,376,098	529,725	8.58%
Equipos de sonido	5,335,347	4,084,937	920,987	329,423	6.17%
Teatro en casa 7.1 canales	4,257,765	3,316,393	676,509	264,863	6.22%
Reproductor de DVD's	4,047,505	3,246,663	567,432	233,410	5.77%
Reproductor de DVD's blu ray	3,626,985	3,132,158	296,180	198,647	5.48%
Mini componentes	2,838,510	1,973,757	765,430	99,323	3.50%
Total	26,282,499	20,024,472	4,602,636	1,655,391	6.30%

El segmento de audio y video tuvo ventas del Q. 26,282,499 que corresponden al 19.85% con respecto al total de las ventas, y reportó una utilidad de Q. 1,655,391 que corresponde al 13.89% sobre la ganancia total, en este segmento el producto con mayor venta y rentabilidad es el de teatro en casa 5.1 canales, este producto es el más aceptado en el mercado debido a la fidelidad del sonido, ya que lo

distribuye en 5 bocinas formando un sonido envolvente, además el precio es el más accesible de su género.

El producto con menor venta y rentabilidad es el mini componente, este producto tiene una venta aceptable, sin embargo, con la introducción de los teatros en casa y los equipos de sonido quedo relegado, lo cual provoca un inventario obsoleto y que se tenga que recurrir a venderlo abajo del costo o bien darlo como bonificación en la compra de otro producto estratégicamente seleccionado.

- **Comunicaciones**

Producto	Ventas	Costo	Gastos	Utilidad	%
Plantas telefónicas	10,885,404	8,983,456	1,202,439	699,509	6.43%
Teléfonos inalámbricos	7,828,543	4,754,070	2,411,776	662,697	8.47%
P.B.X.	3,504,205	2,509,187	507,694	487,324	13.91%
Teléfonos	2,634,367	1,611,650	617,001	405,716	15.40%
Celulares	852,758	654,089	165,754	32,915	3.86%
Total	25,705,277	18,512,452	4,904,664	2,288,161	8.90%

El segmento de comunicaciones tuvo ventas por Q. 25,705,277 que representa el 19.41% con relación al total de las ventas, y reportó una utilidad de Q. 2,288,161, que corresponde al 19.21% del total de la utilidad, el producto que reporta más ventas es el de plantas telefónicas, sin embargo no es el producto que participa más en la utilidad del segmento, debido a una promoción que se impulso en el año para salir de modelos antiguos. Por otro lado el producto más rentable del

segmento es el de teléfonos, ya que es un producto con mucha aceptación en el mercado, también influyo positivamente la introducción de nuevos modelos.

El producto menos rentable del segmento fue el de celulares, por la cantidad de ingresos y rentabilidad que reporta, ya que este segmentos no se está apoyando tanto, los modelos que se tienen ya son antiguos, este producto en especial se tiene contemplado ya no comercializarlo por la mucha competencia que existe.

4.5.3 Balance General por segmentos de negocio

La información que se presenta a continuación fue proporcionada por la empresa objeto de estudio y nos muestra la participación de los segmentos de negocio en el Balance General.

Electrodomésticos, S.A.
 Balance general por segmentos de negocio: Televisión, Audio y Video y Comunicaciones
 Al 31/12/2008
 (Expresado en Quetzales)

Descripción	Total	Contribución individual de los segmentos de negocio en el total					
		Televisión %	Audio y Video %	Comunicaciones %			
Activo No Corriente	733,320	260,895	0.31%	143,564	0.17%	136,644	0.16%
Activo Fijo (Neto)	733,320	260,895		143,564		136,644	
Activo Corriente	82,363,805	31,147,844	37.48%	15,561,431	18.73%	14,516,753	17.47%
Inventarios	25,014,582	10,688,147		4,077,610		3,652,304	
Cuentas por Cobrar (Neto)	34,681,243	13,433,226		6,584,227		6,309,669	
Caja y Bancos	16,640,617	5,265,661		3,503,162		3,323,444	
Impuestos Trimestrales	4,955,719	1,276,625		1,083,710		1,130,189	
Otros Activos corrientes	1,071,644	484,184		312,721		101,148	
Suma del Activo	83,097,125	31,408,739	37.80%	15,704,995	18.90%	14,653,397	17.63%
Patrimonio y Pasivo							
Patrimonio	31,357,229	10,736,338	12.92%	5,008,831	6.03%	6,025,549	7.25%
Capital en Acciones	200,000	70,200		38,700		35,540	
Utilidades Ejerc. Anteriores	18,084,833	5,883,413		3,289,839		3,324,523	
Utilidad del Período	11,913,695	4,367,331		1,450,289		2,447,998	
Reserva Legal	1,158,701	415,394		230,002		217,488	
Pasivo No Corriente	42,076,378	14,074,382	16.94%	8,751,861	10.53%	7,999,736	9.63%
Prestamos	41,842,611	14,000,576		8,705,758		7,953,858	
Reserva para indemnizaciones	233,767	73,805		46,103		45,878	
Pasivo Corriente	9,663,518	3,984,371	4.79%	1,617,908	1.95%	1,568,842	1.89%
Cuentas por Pagar	7,322,841	2,925,238		1,253,584		1,174,497	
Prestaciones Laborales por Pagar	299,967	127,538		59,243		51,304	
Otros Pasivos	2,040,711	931,595		305,081		343,041	
Suma Igual Activo	83,097,125	28,795,091	34.65%	15,378,600	18.51%	15,594,128	18.77%

4.5.4 Análisis por razones financieras al Estado de Resultados y Balance General por segmentos de negocio.

Derivado de la estructuración del Estado de Resultados y Balance General por segmentos de negocio, utilizando la norma internacional de información financiera número ocho “Segmentos de Operación”, analizaremos las mismas razones financieras aplicadas al Estado de Resultados y Balance General que están al inicio del caso práctico y serán comparadas con los índices y razones de cada segmento de negocio que se presentan a continuación.

a) Razones al Estado de Resultados

- **Participación del costo de ventas**

<u>Segmento</u>	<u>Costo</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Televisión	34,417,062	/	47,467,384	73%
Audio y video	20,024,472	/	26,282,499	76%
Comunicaciones	18,512,452	/	25,705,277	72%

La participación del costo de ventas a nivel general es de 73% (Página 80), esto quiere decir que el segmento de comunicaciones tiene un mejor margen bruto, mientras que el de audio y video el costo es mayor debido a que se encuentran los minicomponentes que están obsoletos y se ha tenido que liquidar a veces por debajo del costo.

- **Margen de utilidad bruta**

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Televisión	13,050,323	/	47,467,384	27%
Audio y video	6,258,027	/	26,282,499	24%
Comunicaciones	6,340,067	/	25,705,277	26%

El margen de utilidad bruta es de 27% a nivel general (Página 80), como consecuencia que el costo de ventas de audio y video es de 76% el margen de utilidad bruta es de 24%, es el segmento que menor margen tiene debido al inventario obsoleto, y el segmento de comunicación es el que mayor margen de utilidad bruta reporta.

- **Gastos de operación**

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Televisión	7,622,919	/	47,467,384	16%
Audio y video	4,176,797	/	26,282,499	16%
Comunicaciones	4,573,500	/	25,705,277	18%

La participación de los gastos de operación (administración y ventas) a nivel general es de 17% (Página 80), los segmentos de televisión y audio y video, los gastos son los esperados, pero el segmento de comunicaciones aumento ya que se invirtió en publicidad para impulsar los productos de una mejor manera, a excepción del producto de celulares el cual como se indico anteriormente ya no se desea comercializar.

- **Otros gastos y productos**

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Televisión	768,292	/	47,467,384	2%
Audio y video	425,838	/	26,282,499	2%
Comunicaciones	331,664	/	25,705,277	1%

La razón a nivel general de otros gastos y productos es de 1% (Página 81), los segmentos de televisión y audio y video tienen más gastos financieros por pago de intereses de los préstamos obtenidos.

- **Utilidad antes de ISR**

<u>Segmento</u>	<u>Utilidad</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Televisión	4,659,112	/	47,467,384	10%
Audio y video	1,655,391	/	26,282,499	6%
Comunicaciones	2,288,161	/	25,705,277	9%

El margen de utilidad en general es de 9% (Página 81), como se puede observar el segmento de televisión es el que mejor margen de utilidad antes de impuestos obtuvo, esto se debe a que se tiene un buen margen bruto de ventas, y que actualmente no se le está invirtiendo en publicidad, al contrario del segmento de audio y video que como ya se explico antes se tiene inventario obsoleto que se está liquidando al costo.

b) Razones al Balance General

- **Solvencia**

<u>Segmento</u>	<u>Act. Corriente</u>		<u>Pas. Corriente</u>	<u>Razón</u>
Televisión	31,147,844	/	3,984,371	7.82
Audio y video	15,561,431	/	1,617,908	9.62
Comunicaciones	14,516,753	/	1,568,842	9.25

La solvencia a nivel total es de 8.52 quetzales de activo corriente por 1 quetzal de pasivo corriente (Página 83), el segmento de audio y video es el que más capacidad de pago a corto plazo tiene ya que cuenta con mayor inventario y cuentas por cobrar, mientras que el de televisión es lo contrario puesto que es el segmento que menor inventario y cuentas por cobrar tiene.

- **Prueba ácida**

<u>Segmento</u>	<u>Act. Corriente</u>	<u>Inventario</u>		<u>Pas. Corriente</u>	<u>Razón</u>
Televisión	(31,147,844	- 10,688,147)	/	3,984,371	5.13
Audio y video	(15,561,431	- 4,077,610)	/	1,617,908	7.10
Comunicaciones	(14,516,753	- 3,652,304)	/	1,568,842	6.93

La prueba ácida también mide la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, solo que en esta razón se excluye el inventario porque se supone que la empresa no debe estar supeditada a la venta de sus inventarios para poder cubrir sus deudas a corto plazo. La razón a nivel total es de 5.95 (Página 83), como podemos observar audio y video es el segmento que cubre más sus obligaciones a corto plazo ya que es el que mayor

efectivo tiene asignado, el de televisión sigue siendo el que menos cobertura tiene para sus obligaciones a corto plazo.

- **Rotación de Inventarios**

<u>Segmento</u>	<u>Inv. Final</u>	<u>Inv. Inicial</u>	<u>Promedio</u>	<u>Costo</u>	<u>Rotación</u>
Televisión	10,688,147 +	1,360,723 / 2 =	6,024,434.84 /	34,417,062	5.71
Audio y video	4,077,610 +	4,186,839 / 2 =	4,132,224.51 /	20,024,472	4.85
Comunicaciones	3,652,304 +	2,616,774 / 2 =	3,134,539.20 /	18,512,452	5.91

El segmento de negocio que mejor rotación de inventario tuvo en el 2008 fue el de comunicaciones con 5.91 veces en el año, el que menos rotación tuvo fue el de audio y video, ya que es el segmento que tiene inventario obsoleto de minicomponentes. A nivel general la rotación del inventario es de 5.43 veces en el año (Página 84).

Esta razón nos indica las veces que se han consumido los inventarios en el periodo, es decir que una rotación lenta provocaría gastos de almacenaje, productos ociosos en los almacenes así como gastos innecesarios en compras.

- **Endeudamiento**

<u>Segmento</u>	<u>Pasivo total</u>	<u>Activo total</u>	<u>Razón</u>
Televisión	18,058,753 /	31,408,739	0.57
Audio y video	10,369,769 /	15,704,995	0.66
Comunicaciones	9,568,579 /	14,653,397	0.65

A nivel total la tasa de endeudamiento es del 62% (Página 85), los préstamos adquiridos se utilizaron más para la compra de audio y video que tiene una tasa de endeudamiento del 66%, mientras que al segmento de televisión fue al que menos se le invirtió con una tasa del 57%.

El aumento del endeudamiento ocasiona un riesgo creciente, ya que los pagos financieros mayores obligan a la empresa a mantener un nivel alto de utilidades para continuar con la actividad productiva y si la empresa no puede cubrir estos pagos, puede verse obligada a cerrar por aquellos acreedores cuyas reclamaciones estén pendientes de pago.

El administrador financiero tendrá que decir cuál es el nivel aceptable de riesgo financiero, tomando en cuenta que el incremento de los intereses financieros, está justificado cuando aumenten las utilidades de operación y utilidades por acción, como resultado de un aumento en las ventas netas.

- **Solidez**

<u>Segmento</u>	<u>Activo total</u>		<u>Pasivo total</u>	<u>Razón</u>
Televisión	31,408,739	/	18,058,753	1.74
Audio y video	15,704,995	/	10,369,769	1.51
Comunicaciones	14,653,397	/	9,568,579	1.53

La solidez a nivel total es de 1.61 (Página 85), el segmento de televisión es el que mejor solidez tiene ya que el activo total cubre al pasivo total, el que está más debajo de la media es el de audio y video, pero no quiere decir que no esté cubierto el pasivo total, solo que en menor cantidad que los demás segmentos.

4.5.5 Estado de Resultados por segmentos geográficos, detallado por productos.

Al igual que el segmento de negocio, el segmento geográfico es necesario presentarlo de acuerdo a la participación que tiene cada segmento de negocio en un segmento geográfico específico, esto quiere decir, que se muestran las ventas, costo de ventas y gastos de operación en cada zona detallada por los segmentos de negocio que participan en el mismo. El cual se presenta a continuación.

Electrodomésticos, S.A.
 Estado de resultados por segmentos geográficos, Zona central, Sur y Oriente
 Detallado por los segmentos de Negocio, Televisión, Audio y Video y Comunicaciones
 Del 01/01/2008 Al 31/12/2008
 (Expresado en Quetzales)

Descripción	Total	Contribución individual de los segmentos geográficos en el total			
		Central	Sur	Oriente	%
<u>Ventas</u>	132,405,536	47,283,016	23,752,596	14,331,997	10.82%
Televisión	47,467,384	22,566,965	11,322,184	6,840,293	
Audio y video	26,282,499	12,495,237	6,269,047	3,787,442	
Comunicaciones	25,705,277	12,220,814	6,161,365	3,704,262	
<u>Costo de Ventas</u>	96,271,501	35,628,067	16,363,183	10,426,979	10.83%
Televisión	34,417,062	16,808,038	7,789,398	4,919,073	
Audio y video	20,024,472	9,779,222	4,532,013	2,862,006	
Comunicaciones	18,512,452	9,040,807	4,041,772	2,645,900	
Margen Bruto	36,134,035	11,654,949	7,389,413	3,905,018	
<u>Gastos de Operación</u>	24,220,340	7,476,760	4,719,369	2,868,513	10.82%
Televisión	8,391,211	3,790,721	2,354,762	1,287,940	
Audio y video	4,602,636	1,709,837	1,267,253	890,743	
Comunicaciones	4,662,460	1,976,202	1,097,354	689,830	
Utilidad antes de impuestos	11,913,695	4,178,189	2,670,044	1,036,505	8.70%

4.5.5.1 Análisis de la información financiera por segmentos geográficos

El análisis de la información financiera por segmentos geográficos es de mucha importancia para las empresas que tienen presencia en las diferentes zonas o áreas ya que con el mismo se puede medir el rendimiento que se tiene en las diferentes zonas, departamentos o regiones, así como la participación que tienen los mismos en la información total. Es importante mencionar que el tiempo que se invierte en ciertas zonas y la distancia de las mismas son factores que influyen en el rendimiento de los segmentos geográficos.

A continuación analizaremos el rendimiento individual de cada departamento agrupado en cada segmento geográfico.

- **Zona central**

Departamento	Ventas	Costo	Gastos	Utilidad	%
Guatemala	39,837,220	28,780,487	7,373,685	3,221,115	8.09%
Chimaltenango	13,429,246	9,876,378	2,487,158	1,065,710	7.94%
Sacatepéquez	9,681,831	8,358,627	1,012,084	773,054	7.98%
Total	62,948,297	47,015,492	10,872,927	5,059,878	8.04%

En el cuadro anterior se puede observar que la zona central reporta ingresos por Q. 62,948,297 que representa el 47.54% de los ingresos totales de la empresa y una rentabilidad de Q. 5,059,878, que corresponde al 42.47% de la rentabilidad total de la empresa. Es importante mencionar que la zona central concentra la mayor cantidad de población y las mejores fuentes de empleo.

El departamento de Guatemala es donde se concentra la mayor parte de ingresos debido que es aquí donde se tiene la mayor parte de la población, mejores fuentes de empleo y mejores clientes, además es en dicho departamento donde está ubicada la empresa objeto d estudio.

El departamento de la zona central que reporta menores ingresos es Sacatepéquez, como consecuencia que tiene menos población y que los consumidores muchas veces viajan al departamento de Guatemala a realizar sus compras.

- **Zona sur**

Departamento	Ventas	Costo	Gastos	Utilidad	%
Escuintla	15,086,065	11,572,598	1,945,480	1,567,987	10.39%
Santa Rosa	8,560,959	6,010,629	1,359,810	1,190,520	13.91%
Suchitepéquez	7,935,078	4,205,299	2,705,336	1,024,443	12.91%
Total	31,582,102	21,788,526	6,010,626	3,782,950	11.98%

La zona sur tiene ingresos por Q. 31,582,102 que representa un 23.85% del total de ingresos de la empresa, la rentabilidad de la zona es de Q. 3,782,950 que representa un 31.75% del total de la rentabilidad de la empresa. Como se puede apreciar los departamentos que conforman esta zona presentan similares ingresos ya que los mismos están muy cerca de la zona central, aunque el que mayores ingresos presenta es el departamento de Escuintla ya que es el más cercano.

El departamento que reporta menores ingresos en la zona sur es Suchitepéquez, ya que tiene menos clientes en relación a los otros dos departamentos de la zona.

- **Zona oriente**

Departamento	Ventas	Costo	Gastos	Utilidad	%
El Progreso	6,602,343	5,487,320	620,390	494,633	7.49%
Jutiapa	5,833,729	4,678,289	708,163	447,277	7.67%
Chiquimula	2,681,609	1,478,734	940,959	261,916	9.77%
Jalapa	2,049,638	1,167,097	691,802	190,739	9.31%
Zacapa	1,912,995	948,205	791,153	173,638	9.08%
Total	19,080,314	13,759,645	3,752,467	1,568,203	8.22%

La zona oriente tuvo ingresos por Q. 19,080,314 que representa el 14.41% del total de los ingresos y una utilidad de Q. 1,568,203 que representa 13.16% del total de la utilidad. El departamento que reporta los mayores ingresos es El Progreso debido a la cercanía y a las buenas condiciones de las carreteras para transportar la mercadería, pero el departamento que tiene mejor margen de utilidad es Chiquimula, esto se debe a que no se invirtió en publicidad en el año 2008.

El departamento que reporta los menores ingresos es Zacapa, debido a que no se le da cobertura apropiada a dicho departamento, ya que es el más lejano de la zona y el departamento que tiene menor utilidad es El Progreso ya que se invirtió en una campaña publicitaria en el 2008.

4.5.4.2 Balance General por segmentos geográficos

La información que se presenta a continuación fue proporcionada por la empresa objeto de estudio y nos muestra la participación de los segmentos geográficos en el Balance General.

Electrodomésticos, S.A.
Balance general por segmentos geográficos: Central, Sur y Oriente
Al 31/12/2008
(Expresado en Quetzales)

Descripción	Total	Contribución individual de los segmentos geográficos en el total			
		Central	Sur	Oriente	%
Activo No Corriente	733,320	298,635	194,916	125,675	17.14%
Activo Fijo (Neto)	733,320	298,635	194,916	125,675	
Activo Corriente	82,363,805	35,206,909	16,846,104	15,564,645	18.90%
Inventarios	25,014,582	9,676,381	5,184,430	4,569,953	
Cuentas por Cobrar (Neto)	34,681,243	15,619,739	6,634,686	6,858,682	
Caja y Bancos	16,640,617	7,367,512	3,786,255	2,957,053	
Impuestos Trimestrales	4,955,719	2,057,585	1,028,048	985,745	
Otros Activos corrientes	1,071,644	485,691	212,685	193,212	
Suma del Activo	83,097,125	35,505,544	17,041,019	15,690,320	
Patrimonio y Pasivo					
Patrimonio	31,357,229	13,022,027	8,190,944	5,703,095	18.90%
Capital en Acciones	200,000	75,840	48,055	39,502	
Utilidades Ejerc. Anteriores	18,084,833	7,336,602	4,090,096	3,911,370	
Utilidad del Período	11,913,695	5,059,878	3,782,950	1,568,203	
Reserva Legal	1,158,701	549,707	269,843	184,020	
Pasivo No Corriente	42,076,378	18,186,588	9,481,521	7,870,681	18.90%
Prestamos	41,842,611	18,086,995	9,406,900	7,828,176	
Reserva para indemnizaciones	233,767	99,594	74,621	42,505	
Pasivo Corriente	9,663,518	4,463,350	2,478,150	1,732,444	18.90%
Cuentas por Pagar	7,322,841	3,351,118	1,842,576	1,338,252	
Prestaciones Laborales por Pagar	299,967	114,383	95,840	55,663	
Otros Pasivos	2,040,711	997,849	539,733	338,528	
Suma Igual Activo	83,097,125	35,671,965	20,150,614	15,306,219	

4.5.5.3 Análisis por razones financieras al Estado de Resultados y Balance General por segmentos geográficos.

De la misma forma que los segmentos de negocio, analizaremos las mismas razones financieras aplicadas al Estado de Resultados y Balance General que están al inicio del caso práctico, los cuales se presentan como los proporciono la empresa objeto de estudio, y serán comparadas con los índices y razones de cada segmento geográfico que se presentan a continuación.

a) Razones al Estado de Resultados

- Participación del costo de ventas

<u>Segmento</u>	<u>Costo</u>	<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Zona central	47,015,492 /	62,948,297	75%
Zona sur	21,788,526 /	31,582,102	69%
Zona oriente	13,759,645 /	19,080,314	72%

La participación del costo de ventas a nivel general es de 73% (Página 80), la zona sur es la que tiene un mejor margen bruto, mientras que la zona central es la que tiene mayor costo ya que en esta zona es donde más se ha promovido la venta de los minicomponentes que están obsoletos.

- Margen de utilidad bruta

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>	<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Zona central	15,932,805 /	62,948,297	25%
Zona sur	9,793,576 /	31,582,102	31%
Zona oriente	5,320,669 /	19,080,314	28%

El margen de utilidad bruta es de 27% a nivel general (Página 80), como consecuencia que el costo de ventas la zona sur es la que tiene mayor margen neto de utilidad, mientras que la zona central es el que menos margen de utilidad representa.

- **Gastos de operación**

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Zona central	10,050,960	/	62,948,297	16%
Zona sur	5,687,781	/	31,582,102	18%
Zona oriente	3,337,522	/	19,080,314	17%

La participación de los gastos de operación (administración y ventas) a nivel general es de 17% (Página 80), en la zona oriente los gastos son los esperados, pero la zona sur aumentó ya que se invirtió en publicidad para impulsar los productos de una mejor manera, la zona central tiene menos gastos administrativos debido a la cercanía de los clientes.

- **Otros gastos y productos**

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Zona central	821,967	/	62,948,297	1%
Zona sur	322,845	/	31,582,102	1%
Zona oriente	414,945	/	19,080,314	2%

La participación de los gastos financieros a nivel general es de 1% (Página 81), los segmentos de la zona central y la zona sur tienen menos gastos financieros ya

que parte de los prestamos fueron invertidos en impulsar los productos en la zona oriente.

- **Utilidad antes de ISR**

<u>Segmento</u>	<u>Valor</u>		<u>Ventas</u>	<u>%</u>
Zona central	5,059,878	/	62,948,297	8%
Zona sur	3,782,950	/	31,582,102	12%
Zona oriente	1,568,203	/	19,080,314	8%

El margen de utilidad en general es de 9% (Página 81), como se puede observar la zona sur es el segmento con mejor margen de utilidad antes de impuestos, esto se debe a que se tiene un mejor margen bruto de ventas, y que por la cercanía de los departamentos no genera mayores gastos de representación y ventas, el resto de segmentos representan el 8% de utilidad antes de impuestos.

b) Razones al Balance General

- **Solvencia**

<u>Segmento</u>	<u>Act. Corriente</u>		<u>Pas. Corriente</u>	<u>Razón</u>
Zona central	35,206,909	/	4,463,350	7.89
Zona sur	16,846,104	/	2,478,150	6.80
Zona oriente	15,564,645	/	1,732,444	8.98

La solvencia a nivel total es de 8.52 quetzales de activo corriente por 1 quetzal de pasivo corriente (Página 83), la zona oriente es la que menos cuentas por pagar

tiene por eso la capacidad de pago es buena, mientras que la zona sur es el segmento que menor inventario y cuentas por cobrar tiene.

- **Prueba ácida**

<u>Segmento</u>	<u>Act. Corriente</u>	<u>Inventario</u>	<u>Pas. Corriente</u>	<u>Razón</u>
Zona central	35,206,909	- 9,676,381	/ 4,463,350	5.72
Zona sur	16,846,104	- 5,184,430	/ 2,478,150	4.71
Zona oriente	15,564,645	- 4,569,953	/ 1,732,444	6.35

La prueba ácida también mide la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, solo que en esta razón se excluye el inventario porque se supone que la empresa no debe estar supeditada a la venta de sus inventarios para poder cubrir sus deudas a corto plazo. La razón a nivel total es de 5.95 (Página 83), como podemos observar la zona oriente es la que cubre más sus obligaciones a corto plazo ya que es el que mayor efectivo y cuentas por cobrar tiene, la zona sur es el segmento que menos cobertura tiene para sus obligaciones a corto plazo.

- **Rotación de Inventarios**

<u>Segmento</u>	<u>Inv. Final</u>	<u>Inv. Inicial</u>	<u>Promedio</u>	<u>Costo</u>	<u>Rotación</u>
Zona central	9,676,381 +	2,407,432 / 2 =	6,041,906.72 /	34,417,062	5.70
Zona sur	5,184,430 +	4,186,839 / 2 =	4,685,634.51 /	20,024,472	4.27
Zona oriente	4,569,953 +	2,616,774 / 2 =	3,593,363.70 /	17,858,363	4.97

El segmento de geográfico que mejor rotación de inventario tuvo en el 2008 fue la zona central con 5.7 veces en el año porque es en esta zona donde se concentran la mayoría de los clientes, el que menos rotación tuvo fue la zona sur por el poco impulso que tienen los productos en varios departamentos de esa zona. A nivel general la rotación del inventario es de 5.43 veces en el año (Página 84).

- **Endeudamiento**

<u>Segmento</u>	<u>Pasivo total</u>	<u>Activo total</u>	<u>Razón</u>
Zona central	22,649,938	/ 35,505,544	0.64
Zona sur	11,959,670	/ 17,041,019	0.70
Zona oriente	9,603,124	/ 15,690,320	0.61

A nivel total la tasa de endeudamiento es del 62% (Página 85), los préstamos adquiridos se utilizaron más en la zona sur ya que tiene una tasa de endeudamiento del 70%, mientras que la zona oriente fue a la que menos se le invirtió con una tasa del 61%.

- **Solidez**

<u>Segmento</u>	<u>Activo total</u>	<u>Pasivo total</u>	<u>Razón</u>
Zona central	35,505,544	/ 22,649,938	1.57
Zona sur	17,041,019	/ 11,959,670	1.42
Zona oriente	15,690,320	/ 9,603,124	1.63

La solidez a nivel total es de 1.61 (Página 85), la zona oriente es la que mejor posicionado está, ya que el activo total cubre al pasivo total, la zona que presenta menos solidez es la sur, esto no quiere decir que no esté cubierto el pasivo total, solo que en menor cantidad que los demás segmentos.

CONCLUSIONES

1. Como resultado de la investigación se concluye que los segmentos con mayores ventas y rentabilidad son: dentro de los segmentos de negocio el de televisores siendo su producto líder el de televisores LCD y para el segmento geográfico la zona central, específicamente el departamento de Guatemala.
2. Se concluyó que los segmentos que reportan menos utilidad son: en el segmento de negocio el producto minicomponentes, que está dentro del segmento de audio y video y el producto celulares que pertenece al segmento de comunicaciones, y en el segmento geográfico menos rentable es la zona oriente, el departamento de El Progreso.
3. La aplicación de la norma internacional de información financiera número ocho "Segmentos de Operación", da como resultado el análisis adecuado de los segmentos de negocio y geográficos más rentables porque muestra la participación de cada uno a nivel de ingresos, costos, gastos y utilidad.
4. Utilizar el análisis e interpretación de Estados Financieros a través de los diferentes métodos que existen, le permite al analista entender las cifras de los mismos, así como, obtener información adicional de la que proporcionan a simple vista, así también, conocer la naturaleza de la empresa y si sus políticas administrativas y operacionales son las más adecuadas para el buen funcionamiento de la empresa.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la gerencia de Electrodomésticos, S.A. mantener altos estándares de calidad en los productos más rentables, así como un constante seguimiento de la garantía de los mismos en todos los departamentos de la República de Guatemala.
2. Se recomienda a la gerencia de Electrodomésticos, S.A. la venta de la totalidad de minicomponentes y celulares, y la oportuna evaluación sobre la eliminación de estas dos líneas de productos. Al mismo tiempo realizar estudios de mercado para tener información sobre las necesidades de cada mercado en los departamentos menos rentables.
3. Cuando las empresas utilizan la norma internacional de información financiera número 8 “Segmentos de Operación”, observen los lineamientos establecidos por la misma para presentar la información financiera segmentada, principalmente en lo referente a los formatos, así como en la información a revelar.
4. Es importante que el analista de los Estados Financieros conozca y domine los distintos métodos de análisis que existen, para aplicar el mejor método de acuerdo con el caso específico que esté estudiando, ya que una razón financiera puede ser buena para cierto tipo de empresa y puede no ser adecuada para otras. También es importante que sepa interpretar de forma adecuada el resultado de las razones financieras aplicadas.

BIBLIOGRAFÍA

1. Barrantes Echeverría, Rodrigo, Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo, 3ra. reimpresión de la 1ra. edición, San José, Costa Rica, año 2000, 280 p.
2. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 2-70 Código de Comercio, 145 páginas.
3. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 6-91 Código Tributario, 71 páginas.
4. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 26-92 Ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR), 98 páginas.
5. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 37-92 Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolos, 36 páginas.
6. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 27-97 Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA), 73 páginas.
7. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 20-2006 Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria, 41 páginas.
8. Gamboa Velásquez, Ramiro, Curso Básico de Administración de Empresas, Finanzas, Grupo Editorial Norma, S.A. , Bogotá, Colombia, año 1,991. 129 Páginas.
9. Gill, James O., Cómo Comprender los Estados Financieros, Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., México, Año 1,992. 104 Páginas.
10. HorngrenSundem, Eliot, Contabilidad Financiera, Tomo III, año 1996, 914 páginas.
11. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD BOARD (IASB). Norma Internacional de Contabilidad Número 1, Presentación de Estados Financieros, año 2007, 29 páginas.

12. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD BOARD (IASB). Norma Internacional de Contabilidad Número 7, Estados de Flujo de Efectivo, año 2007, 11 páginas.
13. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD BOARD (IASB). Norma Internacional de Información Financiera Número 8, Segmentos de Operación, año 2007, 11 páginas.
14. Pilona Ortiz, Gabriel Alfredo, Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo, año 2002, 325 p.
15. Robledo Cesar, Técnicas y Procesos de la Investigación Científica, Compilación, año 2000, 260 p.
16. Sieguel, Joel G., Shim, Jae K., Contabilidad Financiera, McGraw – Hill, México, año 1,990, 310 Páginas.

Páginas Web

17. http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros
18. http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_Evoluci%C3%B3n_de_Patrimonio_Neto
19. <http://www.monografias.com/trabajos12/recoldat/recoldat.shtml>
20. <http://knol.google.com/k/fernando-barrientos/historia-del-comercio/1vjbt889xf58y/4#>
21. <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/razonessimples/>
22. <http://es.wikipedia.org/wiki/Electrodom%C3%A9stico>
23. <https://www.grupoelektra.com.mx/Financial/Ratios.aspx?lang=es>
24. <http://www.gerencie.com/apalancamiento-financiero.html>