

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y
ADEREZOS**

TESIS

**PRESENTADA A LA HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

POR

OLGA GUADALUPE MARTÍNEZ FUENTES

**PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE
CONTADORA PÚBLICA Y AUDITORA**

**EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA**

GUATEMALA, MARZO DE 2014

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

Decano	Lic. José Rolando Secaida Morales
Secretario	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal 1º.	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Vocal 2º.	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal 3º.	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal 4º.	P.C. Oliver Augusto Carrera Leal
Vocal 5º.	P.C. Walter Obdulio Chigüichón Boror

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

Matemática – Estadística	Lic. Jorge Hernán Oliva Juárez
Contabilidad	Lic. Mynor René Suruy Contreras
Auditoría	Lic. M.Sc. Albaro Joel Girón Barahona

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

Presidente	Lic. Manuel Alberto Selva Rodas
Examinador	Lic. German Rolando Ovando Amézquita
Secretario	Lic. José de Jesús Portillo Hernández

Lic. Carlos R. Mauricio García

Contador Público y Auditor Colegiado No. 4328

*48 Av. "A" 3-37 Zona 2 de Alvaro Obregón de las Flores I
Municipio, Guatemala, Tel: 2433-6032 ó Cel. 5735-5635*

Guatemala 1 de febrero de 2013

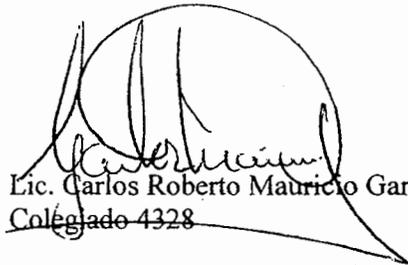
Licenciado
José Rolando Secaida Morales
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable Señor Decano:

De conformidad con la providencia No. DIC.AUD.281-2011, emitida por la Decanatura de la Facultad de Ciencias Económicas, fui designado como asesor de tesis de la alumna Olga Guadalupe Martínez Fuentes, quien efectuó la investigación del punto de tesis titulado **INFORMACION FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y ADEREZOS**, el cual deberá presentar para poder someterse al examen de graduación profesional, previo a optar al título de Contador Público y Auditor en el grado académico de Licenciada.

El trabajo presentado por la alumna Martínez Fuentes, reúne los requisitos profesionales exigidos por la Universidad de San Carlos y estimo que es un buen aporte tanto para los estudiantes como para catedráticos interesados en conocer el tema en mención.

Atentamente,



Lic. Carlos Roberto Mauricio García
Colegiado 4328

CMG



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

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

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA.
VEINTITRÉS DE OCTUBRE DE DOS MIL TRECE.**

Con base en el Punto QUINTO, inciso 5.1 del Acta 14-2013 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 7 de octubre de 2013, se conoció el Acta AUDITORIA 227-2013 de aprobación del Examen Privado de tesis, de fecha 3 de septiembre de 2013 y el trabajo de Tesis denominado: "INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y ADEREZOS", que para su graduación profesional presentó la estudiante OLGA GUADALUPE MARTINEZ FUENTES, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"DID Y ENSEÑAR A TODOS"

LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



LIC. JOSÉ ROLANDO SECAIDA MORALES



Ingrid
REVISADO

Sup.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por ser mi Padre Celestial, la razón de mi existir y a quién me debo por completo.
- A MIS PADRES:** Mario Augusto Martínez Ochoa por su diligencia como padre y ser el principal promotor de ser lo que ahora soy, por su esfuerzo para darme lo mejor siempre y por impulsarme a ser diligente en todo lo que hago. Olga Marina Fuentes de Martínez, por ser la mejor madre, por su amor incondicional y por entregarme lo mejor de sí todos los días de su vida. A ambos como mi mejor muestra de agradecimiento a sus esfuerzos y para honrarlos como merecen.
- A MIS HERMANOS:** Mario Gabriel y Ana Luz Marleny, por su apoyo y amor incondicional, por sus cuidados y consejos demostrados a lo largo de mi vida.
- A MIS SOBRINOS:** Gabriel, Harim, Ashley, Marjorie y Javier, para heredarles un ejemplo de que con diligencia, esmero y dedicación se pueden lograr las metas trazadas en la vida.
- A MIS CUÑADOS:** Binnui Harim Samayoa y Wendy García, por ser como mis hermanos, por su cariño y apoyo demostrados.
- AL LICENCIADO:** Roberto Morán Reyes, por ser mi mentor de auditoría, por sus valiosas enseñanzas a lo largo de mi formación profesional y por su paciencia y cariño demostrado en esta trayectoria.

ÍNDICE GENERAL

	Página
INTRODUCCIÓN	i
<u>CAPÍTULO I</u>	
LA EMPRESA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	
1.1 Empresa	1
1.1.1 Definición	1
1.1.2 Objetivos de la empresa	2
1.2 Clasificación de la empresa	5
1.2.1 De acuerdo a la propiedad	5
1.2.2 De acuerdo a su organización jurídica	6
1.2.3 De acuerdo al tipo de actividad que realiza	7
1.2.4 De acuerdo a su tamaño	8
1.3 Empresas de productos alimenticios en Guatemala	9
1.4 La industria de productos alimenticios en Guatemala	9
1.4.1 Antecedentes	10
1.4.2 Situación actual	11
1.4.3 Estructura organizacional	11
1.4.4 Principales productos	14
1.4.5 Marco legal	15
1.4.6 Cumplimientos complementarios	17
<u>CAPÍTULO II</u>	
INFORMACIÓN FINANCIERA	
2.1 Estados Financieros	20
2.1.1 Definición	20
2.1.2 Presentación razonable	20
2.1.3 Objetivo	21
2.1.4 Clasificación	23
2.1.5 Identificación	25
2.2 Información Financiera	44
2.2.1 Definición	44
2.2.2 Características	46
2.3 Valuación y presentación de la información financiera	46
2.3.1 Valuación	46
2.3.2 Presentación	47
2.3.3 Métodos del costo	47
2.3.4 Criterios de valoración	48
2.3.5 Análisis financiero	50
2.4 Razones financieras	50
2.4.1 Definición	50
2.4.2 Uso de las razones financieras	51
2.4.3 Categorías de las razones financieras	51
<u>CAPÍTULO III</u>	

ANÁLISIS DE NIIF 8 Y SU APLICACIÓN A LA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y ADEREZOS

3.1	¿Qué son las NIIF?	58
3.1.1	Antecedentes	58
3.1.2	Importancia	61
3.1.3	Objetivo	61
3.1.4	Alcance	62
3.2	Adopción de las NIIF en Guatemala	62
3.2.1	Antecedentes	62
3.2.2	Entidades que participan en la adopción de NIIF en Guatemala	63
3.3	Normas Internacional de Información Financiera 8. “Segmentos de Operación”	64
3.3.1	Objetivo	64
3.3.2	Importancia	64
3.3.3	Aplicación	65
3.3.4	Alcance	65
3.3.5	Vigencia	66
3.4	Información Financiera por segmentos	66
3.4.1	Objetivo	66
3.4.2	Alcance	67
3.4.3	Definiciones	67
3.5	Identificación de segmentos sobre los que se debe informar	72
3.6	Políticas contables en la información sobre segmentos	72
3.7	Segmentos de operación	73
3.7.1	Definición	73
3.7.2	Información a revelar	73
3.7.3	Criterios para agregar segmentos	74
3.7.4	Principios cuantitativos	75
3.7.5	Medición	77
3.7.6	Información sobre productos	77
3.7.7	Información sobre áreas geográficas	78

CAPÍTULO IV

INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y ADEREZOS (CASO PRÁCTICO)

4.1	Información de la empresa	79
4.1.1	Objetivos	79
4.1.2	Misión y Visión	79
4.1.3	Organización	80
4.1.4	Actividad principal	81
4.1.5	Servicios de auditoría externa	81
4.1.6	Información y desarrollo del caso	88
4.2	Análisis e interpretación de los estados financieros	90
4.2.1	Razones financieras al Estado de Situación Financiera	90
4.2.2	Razones financieras al Estado de Resultados	96
4.3	Identificación de segmentos	97

4.3.1	Segmentos de negocio	98
4.3.2	Segmentos geográficos	99
4.3.3	Integración de costos y gastos	100
4.4	Principios cuantitativos	101
	Segmentos de Negocio	101
4.4.1	Identificación de los segmentos sobre los que debe informarse	101
	Segmentos Geográficos	105
4.4.2	Identificación de los segmentos sobre los que debe informarse	105
4.5	Estados financieros segmentados	108
4.5.1	Segmentos de negocio	109
4.5.2	Segmentos geográficos	111
4.6	Análisis por razones financieras	112
4.6.1	Razones al Estado de Situación Financiera por segmentos de negocio	113
4.6.2	Razones al Estado de Resultados por segmentos de negocio	116
4.6.3	Razones al Estado de Situación Financiera por segmentos geográficos	118
4.6.4	Razones al Estado de Resultados por segmentos geográficos	121
4.7	Análisis y conclusiones generales por segmentos	122
4.7.1	Segmentos de negocio	123
4.7.2	Segmentos geográficos	127
	Conclusiones	131
	Recomendaciones	133
	Referencias bibliográficas	135

ÍNDICE DE CUADROS

Página

1	Ejemplo notas a los Estados Financieros – Integración de deudores	41
2	Ejemplo notas a los Estados Financieros – Gastos anticipados	42
3	Ejemplo de segmento	67
4	Ejemplo segmentos de servicios	68
5	Ejemplo segmentos geográficos	69
6	Ejemplo activos del segmento	69
7	Ejemplo integración de gastos del segmento	70
8	Ejemplo integración de ingresos del segmento	88
9	Ejemplo integración de pasivos del segmento	71
10	Ejemplo aplicación de principios cuantitativos	76
11	Descripción de segmentos Alimentos M&F, S.A.	79
12	Integración de ventas segmentos de negocio Alimentos M&F, S.A.	98
13	Integración de ventas segmentos geográficos Alimentos M&F, S.A.	99
14	Integración ingresos de los segmentos de Alimentos M&F, S.A.	90
15	Integración de costos y gastos de los segmentos de negocio de Alimentos M&F, S.A.	91
16	Integración de costos y gastos de los segmentos geográficos de Alimentos M&F, S.A.	101

17	Prueba de ventas- segmentos de negocio	102
18	Integración de segmentos de negocio	102
19	Integración resto de segmentos de negocio	103
20	Prueba de activos- segmentos de negocio	103
21	Prueba de utilidad- segmentos de negocio	104
22	Segmentos de negocio principales Alimentos M&F, S.A.	105
23	Integración de ventas segmentos geográficos Alimentos M&F, S.A.	106
24	Integración de segmentos geográficos	106
25	Integración resto de segmentos geográficos	107
26	Prueba de activos- segmentos geográficos	107
27	Prueba de utilidad- segmentos geográficos	108

ÍNDICE DE ESTADOS FINANCIEROS

	Página	
1	Ejemplo Estado de Situación Financiera	28
2	Ejemplo Estado de Resultados Integrales	32
3	Ejemplo Estado de Cambios en el Patrimonio Neto	34
4	Ejemplo Estado de Flujos de Efectivo método directo	38
5	Ejemplo Estado de Flujos de Efectivo método indirecto	39
6	Estado de Situación Financiera Alimentos M&F, S.A.	91
7	Estado de Resultados Alimentos M&F,S.A.	95
8	Estado de Situación Financiera por segmentos de negocio	109
9	Estado de Resultados por segmentos de negocio	110
10	Estado de Situación Financiera por segmentos geográficos	111
11	Estado de Resultados por segmentos geográficos	112
12	Estado de Situación Financiera por segmentos de negocio con aporte porcentual por segmento	123
13	Estado de Resultados por segmentos de negocio con aporte porcentual por segmento	124
14	Estado de Situación Financiera por segmentos geográficos con aporte porcentual por segmento	127
15	Estado de Resultados por segmentos geográficos con aporte porcentual por segmento	128

ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

	Página	
1	Organigrama de la Industria Alimentaria	14
2	Estructura organizacional Alimentos M&F, S.A.	80
3	Organización de segmentos Alimentos M&F, S. A.	89

INTRODUCCIÓN

La industria de alimentos es uno de los sectores importantes dentro de la industria manufacturera en Guatemala, esto debido a que una de las principales necesidades que debe satisfacer el ser humano es la alimentación, y la tendencia marca que cada vez el ritmo de vida de las personas, las obliga a consumir alimentos previamente elaborados. Por lo anterior, las empresas productoras y distribuidoras de productos nacionales, específicamente alimentos, están tomando auge dentro de la economía guatemalteca, porque generan fuentes de empleo alcanzando tasas de crecimiento superiores a otras ramas, coadyuvando al desarrollo económico del país, año con año.

La información financiera debidamente analizada e interpretada es la base de toda buena decisión, quiere decir que para la toma de decisiones que tengan trascendencia dentro de una empresa se necesita información suficiente y oportuna; no obstante para llegar a ello, se necesitan métodos, procedimientos, aplicación de técnicas o bien herramientas que nos permitan obtener con más veracidad esta información.

En este sentido, el presente trabajo de tesis denominado “INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSA Y ADEREZOS”, como resultado de un análisis al Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de una empresa nacional, por el período 2011; tiene como objetivo principal no solamente demostrar los beneficios que se obtienen de analizar la información financiera por bloques de información, sino que proporciona las directrices para segmentar la información en forma práctica y eficiente, dentro del marco que regula la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) número 8 “Segmentos de Operación”.

Uno de los objetivos de segmentar la información financiera, es conocer aquellos sectores de negocio o geográficos que están siendo de mayor rentabilidad a la

empresa y que están generando los mayores ingresos a la misma; así como también la identificación de aquellos que necesitan de la toma de decisiones oportunas por parte de los financieros, derivado de su bajo rendimiento, parte de estas decisiones podría ser la implementación de estrategias que eleven sus ventas.

Para poder cumplir con el objetivo de la tesis, se ha estructurado su contenido en cuatro capítulos de la siguiente forma:

En el Capítulo I, se muestran las generalidades de empresa, definición, objetivos y clasificación; asimismo, se presentan detalles de la industria de productos alimenticios en Guatemala, sus antecedentes históricos, la situación actual, la estructura organizacional que mantiene, los principales productos fabricados por las empresas nacionales y el marco legal que debe observar dicha industria.

El Capítulo II aborda el tema de la información financiera y estados financieros, se describen aspectos de importancia como: definición, importancia, objetivos, clasificación e identificación de los estados financieros; se presenta un ejemplo de cada uno de conformidad con los estándares que indican las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF); asimismo, se aborda lo relacionado a las razones financieras indicando aspectos generales y el uso de las mismas.

Dentro del Capítulo III se presenta un reseña de la adopción de NIIF en Guatemala, sus antecedentes y las entidades que participaron en dicha adopción, entre otros; seguido de ello se inicia NIIF número 8 “Segmentos de Operación” mencionando sus principales aspectos y al mismo tiempo se muestran las directrices para segmentar la información financiera con ejemplos que expresan paso a paso dicho procedimiento.

En el Capítulo IV se expone el desarrollo del caso práctico, que revela la aplicación de los procedimientos dictados por NIIF 8 a la empresa nacional productora y distribuidora de salsas y aderezos “Alimentos M&F, S.A.

Por último se presentan las conclusiones y recomendaciones, resultado de la investigación.

CAPÍTULO I

LA EMPRESA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

1.1. EMPRESA

1.1.1. DEFINICIÓN

“La empresa es el ente con fines lucrativos en donde la organización de los factores de producción capital y trabajo, tiene como objetivo la obtención de ganancias ilimitadas y/o incrementar al máximo las utilidades, requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la misma, así mismo debe partir de una buena definición de la misión ya que la planificación posterior está condicionada por dicha definición”.

En la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece deberse, por lo menos en parte, a que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo. Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan diversos aspectos. A continuación se ofrecen algunas:

La Comisión de la Unión Europea sugiere: “Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica”.

De acuerdo al Derecho internacional, la empresa “es el conjunto de capital, administración y trabajo dedicados a satisfacer una necesidad en el mercado”. (19:1)

La definición que se usa en el actual estudio como base, será la que presenta un sentido más académico y de uso general, y que en resumen describe: “Entidad en la que a través de la óptima administración de sus recursos o factores de producción

capital y trabajo, produce bienes o servicios, compatibles con el objetivo o visión por la cual fue creada, destinada a la satisfacción de las necesidades del ser humano”. (19:1)

1.1.2. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Como anteriormente se mencionó el objetivo u objetivos de una empresa son una de las raíces que sostiene a la misma, a medida de poderlos alcanzar son la inspiración por la cual la empresa fue creada, es por ello que la definición técnica en la cual se basara la presente investigación, es la siguiente: los objetivos “son los resultados que una empresa pretende alcanzar, dependiendo de su naturaleza o para la cual fue creada; estos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma.

Derivado de lo anterior se desprenden algunas de las razones e importancia por las cuales se deben establecer:

- a) Sirven de guía para la formulación de estrategias
- b) Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección
- c) Sirven de guía para la asignación de recursos
- d) Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada segmento de operación.
- e) Generan organización y control”. (19:1)

La empresa para cumplir con sus fines necesita la colaboración de personas que aporten ideas y trabajo personal, utilizando en mayor o menor grado según su complejidad, infraestructura, maquinaria, materiales, entre otros, que son instrumentos necesarios para la producción.

El personal que conforma la empresa para desarrollar sus actividades, debe colaborar utilizando adecuadamente los medios de que disponen, por lo cual es necesario

normarlo para que sea eficaz y la utilización de los medios sea eficiente y con ello definir el objetivo de la actividad que se desarrolla.

1.1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS OBJETIVOS

“Los objetivos deben ser:

1.1.2.1.1. Medibles

Los objetivos deben ser mensurables, es decir, deben ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo. Por ejemplo, en vez del objetivo: aumentar las ventas, un objetivo medible sería: aumentar las ventas en un 20% para el próximo mes. Sin embargo, es posible utilizar objetivos genéricos, pero siempre y cuando éstos estén acompañados de objetivos específicos o medibles que en conjunto, permitan alcanzar los genéricos.

1.1.2.1.2. Claros

Los objetivos deben tener una definición clara, entendible y precisa, no deben prestarse a confusiones ni dejar demasiados márgenes de interpretación.

1.1.2.1.3. Alcanzables

Los objetivos deben ser posibles de alcanzar, deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad o recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) que ésta posea. Se debe tener en cuenta también la disponibilidad de tiempo necesario para cumplirlos”. (19:1)

1.1.2.1.4. Desafiantes

“Deben ser retadores, pero realistas. No deben ser algo que de todas maneras sucederá, sino algo que signifique un desafío o un reto. Objetivos poco ambiciosos no son de mucha utilidad, aunque objetivos fáciles al principio pueden servir de estímulo para no abandonar el camino apenas éste se haya iniciado.

1.1.2.1.5. Realistas

Deben tener en cuenta las condiciones y circunstancias del entorno en donde se pretenden cumplir, por ejemplo, un objetivo poco realista sería aumentar de 10 a 1000 empleados en un mes. Los objetivos deben ser razonables, teniendo en cuenta el entorno, la capacidad y los recursos de la empresa.

1.1.2.1.6. Coherentes

Deben estar alineados y ser coherentes con otros objetivos, con la visión, la misión, las políticas, la cultura organizacional y valores de la empresa”. (19:1)

1.1.2.2. TIPOS DE OBJETIVOS

“De acuerdo a su naturaleza, los objetivos se clasifican en:

1.1.2.2.1. Objetivos generales

Son expresiones genéricas, dentro de los objetivos generales, se encuentra la visión de la empresa, que es el principal objetivo general que persigue una empresa.

1.1.2.2.2. Objetivos específicos

Son objetivos concretos necesarios para lograr los objetivos generales, están expresados en cantidad y tiempo, en ocasiones a los objetivos específicos se le conoce como metas”. (20:1)

1.2. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

“Las empresas pueden ser ubicadas en distintas clasificaciones y para ello se utiliza una serie de criterios, según los aspectos en los que nos fijemos. Derivado de lo anterior para efectos del presente estudio utilizaremos la siguiente clasificación:

- de acuerdo a la propiedad
- de acuerdo a su organización jurídica,
- de acuerdo al tipo de actividad que realiza; y,
- de acuerdo a su tamaño”. (20:1)

1.2.1. DE ACUERDO A LA PROPIEDAD

“También se le clasifica de acuerdo a la procedencia del capital, y estas pueden ser:

1.2.1.1. Empresa privada

Si el aporte de capital inicial está en manos de accionistas particulares, o bien familiar, si es la familia.

1.2.1.2. Empresa de autogestión

Esto obedece a que los propietarios del capital son los mismos trabajadores de la empresa.

1.2.1.3. Empresa pública

Si el control y/o administración total, así como la asignación de su presupuesto depende del Estado”. (19:1)

1.2.1.4. Empresa mixta

“Si el capital y/o administración son de origen tanto estatal como privado o comunitario”.
(19:1)

1.2.2. DE ACUERDO A SU ORGANIZACIÓN JURÍDICA

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios, las empresas se clasifican en:

1.2.2.1. Empresas individuales

“Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar, también se dice si sólo pertenece a una persona; esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada”. (19:1)

1.2.2.2. Sociedades

Constituidas por varias personas. Según el decreto 2-70, Código de Comercio, en su artículo 10 contempla la siguiente clasificación: “la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad en comandita simple, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad en comandita por acciones”. (9:382)

1.2.2.3. Cooperativas u otras organizaciones de economía social

“Las cooperativas son asociaciones titulares de una empresa económica al servicio de sus asociados, que se rigen en su organización y funcionamiento por las disposiciones de la Ley General de Cooperativas en Guatemala, teniendo personalidad jurídica propia y distinta de la de sus asociados, al estar inscrita en el Registro de Cooperativas”.
(26:1)

1.2.3. DE ACUERDO AL TIPO DE ACTIVIDAD QUE REALIZA

“Dependiendo de la actividad que realizan, las empresas se pueden clasificar en:

1.2.3.1. Empresas Industriales

“La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia prima o extracción de materias primas.

Las industrias, a su vez, se clasifican en:

1.2.3.1.1. Extractivas

Empresas que se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables. Como por ejemplo las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.

1.2.3.1.2. Manufactureras

Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

1.2.3.1.2.1. De consumo final

Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc.”. (19:1)

1.2.3.1.2.2. De producción

“Estas satisfacen a las de consumo final, como por ejemplo maquinaria ligera, productos químicos, etc.”. (19:1)

1.2.3.2. Empresas Comerciales

“Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados.

Pueden clasificarse en:

1.2.3.2.1. Mayoristas

Venden a gran escala o a grandes rasgos.

1.2.3.2.2. Minoristas o detallistas

Venden al por menor.

1.2.3.2.3. Comisionistas

Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

1.2.3.3. Empresas de Servicios

Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en: empresas de transporte, turismo, instituciones financieras, servicios públicos (energía, agua, comunicaciones), servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo), educación, finanzas y salud.

1.2.4. DE ACUERDO A SU TAMAÑO

“No existe un razonamiento definido entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc.” (19:1)

“El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas clasificándolas en:

1.2.4.1. Micro empresa

Si posee 10 o menos trabajadores.

1.2.4.2. Pequeña empresa

Si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.

1.2.4.3. Mediana empresa

Si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.

1.2.4.4. Macro empresa

Si posee más de 250 trabajadores”. (19:1)

1.3. EMPRESAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN GUATEMALA

“La industria de alimentos es aquella rama de la manufactura que se dedica a la transformación de materias primas de origen animal y vegetal en productos terminados y procesados mediante la aplicación de la ciencia y tecnología con el propósito de obtener productos más seguros para el consumo humano”. (25:1)

1.4. LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN GUATEMALA

La industria de alimentos es uno de los sectores importantes dentro de la industria manufacturera en Guatemala, esto debido a que la principal necesidad que debe satisfacer el ser humano es la alimentación, y la tendencia marca que cada vez más el

ritmo de vida de las personas, y les obliga a consumir alimentos previamente procesados.

“Dentro de las principales características de estas empresas sobresalen las siguientes:

- Se clasifican como empresas industriales de transformación.
- La mayor parte de ellas están constituidas como sociedades anónimas.
- Las principales materias primas que utiliza son de origen nacional.
- La mayor parte del personal que interviene en la producción son de género femenino”. (26:1)

1.4.1. ANTECEDENTES

“En la antigüedad, la población cultivaba sus propios alimentos, produciéndolos en cantidades suficientes para satisfacer sus necesidades y las de sus familias; hoy depende cada vez más de lo que otros cultiven y del proceso de los alimentos. Esto ha llevado al desarrollo de la industria alimentaria, una de las actividades más importantes del mundo. En muchos países desarrollados, el procesado y conservación de alimentos representa entre el 10% y 15% de las manufacturas totales y del sector de fabricación y, el sector de fabricación de alimentos y minoristas aporta entre el 15% y 20% del producto interno bruto”. (26:1)

“A pesar de que algunos alimentos pueden consumirse crudos, por ejemplo, la fruta, los vegetales, etc. La mayoría de alimentos requieren algún tipo de procesamiento para hacerlos seguros y atractivos al paladar”. (26:1)

“Para ofrecer una amplia gama de productos alimenticios seguros y apetitosos los fabricantes han utilizado la tecnología de alimentos que se refiere a la aplicación de las ciencias físicas, químicas y biológicas al procesado y conservación de los productos alimenticios, lo que representa un gran beneficio para el ser humano que por su acelerado ritmo de vida requiere cada vez más del consumo de productos fabricados o preparados (productos enlatados)”. (26:1)

1.4.2. SITUACION ACTUAL

“Dentro del sector industrial guatemalteco, la rama de productos alimenticios es una de las que más fuentes de empleo genera, produciendo un mayor crecimiento exportador y alcanzando tasas de crecimiento superiores a otras ramas”. (23:1).

1.4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

“La industria alimentaria puede dividirse en diferentes sectores, cada uno de los cuales comprende una combinación de ingredientes primarios; las materias primas de esta industria consisten principalmente de productos de origen vegetal (agricultura), animal (ganadería) y fúngico (perteneciente o relativo a los hongos)”. (29:1)

Generalmente la industria alimentaria se ha considerado como un conjunto de industrias que consiste en:

- Industria cárnica
- Industria pesquera y de transformación de pescado
- Sector agropecuario
- Conservas de frutas y hortalizas
- Aceite
- Industria láctea
- Productos molinería

- Productos Alimentación Animal
- Pan, pastelería y galletas
- Azúcar
- Cacao
- Vinos
- Cerveza
- Otras bebidas alcohólicas
- Aguas y bebidas analcohólicas
- Otros productos diversos

1.4.3.1 Industria cárnica

“Este tipo de industria alimentaria trabaja con las materias primas de la carne procedente del sacrificio de ganado para el consumo humano del porcino, el ganado vacuno, principalmente. En algunas ocasiones también el ganado equino y los camellos. Parte de la carne se dedica directamente al consumo humano, y parte se lleva a otras industrias de procesado de embutidos diversos, ahumado, enlatado, comida de animales”. (29:1)

1.4.3.2 Industria pesquera

“La industria pesquera tiene como materia prima todos aquellos productos provenientes del mar, se trata de una industria con una mano de obra muy especializada y que es local a las costas, puertos marítimos, vías fluviales de cada país. Con el devenir de los años se ha ido industrializando y hoy en día se considera incluso el cultivo de ciertas especies en lo que se denomina piscifactorías”. (29:1)

1.4.3.3 Industria láctea

“La industria láctea tiene como materia prima la leche procedente de los animales, se trata de uno de los alimentos más básicos de la humanidad. Los procesos específicos

de esta industria son el desnatado y la pasteurización (calentamiento a una temperatura de 72 °C durante un intervalo de 15 segundos). Parte de la leche se dedica a la ingesta como líquido y de leche en polvo, a la elaboración de quesos, mantequillas y margarina.

1.4.3.4 Industria avícola

La industria avícola tiene como materia prima el empleo de aves cuidados en granjas”. (29:1)

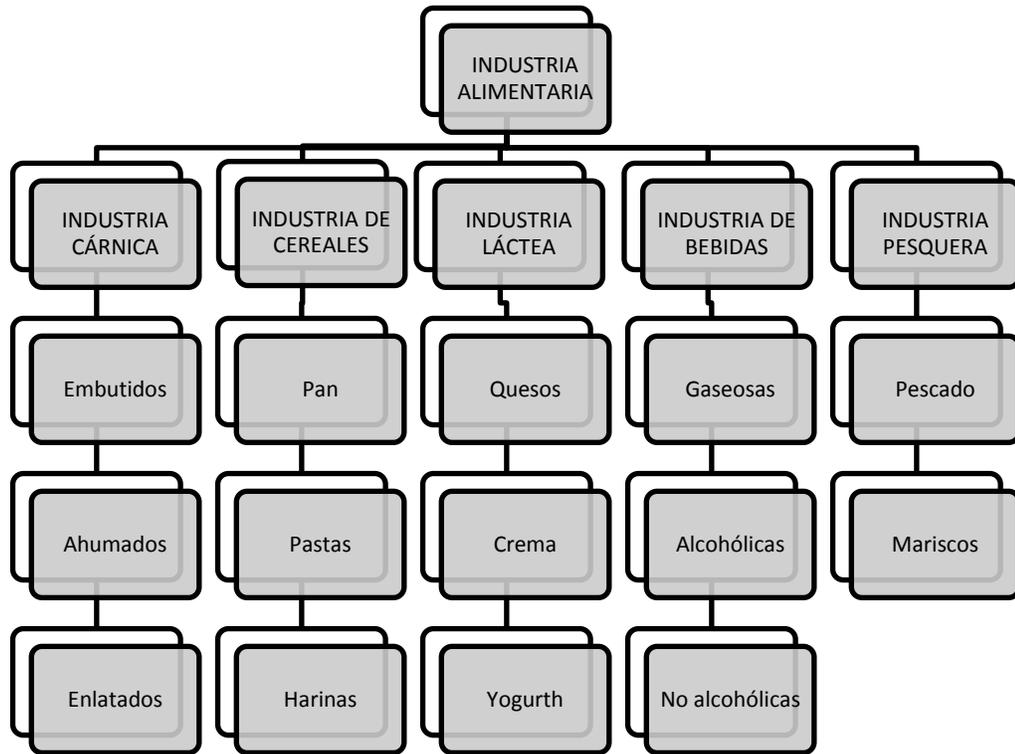
1.4.3.5 Industria de las bebidas

“La industria de las bebidas tiene como objeto la elaboración y envasado de las bebidas en general. Está muy diversificada esta industria debido a la gran variedad de bebidas que aborda, no obstante los procesos son generalmente los mismos: una primera fase de recolección de granos (cebada, cacao, té, etc.) que emplea una mano de obra poco especializada, y luego una serie de procesos automáticos que requiere mano de obra semiespecializada la características de las bebidas hace que se componga de dos categorías principales:

- Bebidas alcohólicas.
- ✓ La industria los licores destilados.
- ✓ La industria vitivinícola.
- ✓ La fabricación de la cerveza.
- Bebidas no alcohólicas.
- ✓ El embotellado y envasado de agua y bebidas refrescantes.
- ✓ La fabricación de jarabes de bebidas refrescantes.
- ✓ Embotellado, enlatado y envasado en cajas de zumos de frutas.
- ✓ Industria del café.
- ✓ La industria del té”. (29:1)

ORGANIGRAMA No. 1

ORGANIGRAMA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA



FUENTE: Elaboración propia

El organigrama precedente, muestra la organización actual de la industria alimentaria en Guatemala y algunos ejemplos de su producción en la rama que corresponde.

1.4.4. PRINCIPALES PRODUCTOS

“Es importante mencionar que dentro de los principales productos que fabrican las empresas de productos alimenticios en Guatemala, se encuentran:

- Sazonadores (consomé)
- Bebidas en polvo
- Sopas
- Confitería

- Cremas
- Especies
- Sales
- Harinas". (22:1)

1.4.5. MARCO LEGAL

Por ser industrias que se dedican a la manufactura de productos destinados al consumo humano, en Guatemala estas empresas deben observar las siguientes leyes:

1.4.5.1. Decreto número 90-97, Código de Salud y sus reformas:

Este reglamento regula aspectos de la protección de la salud, en relación con la comercialización de alimentos, entre los cuales destacan los siguientes:

- Establece que los habitantes tienen derecho a consumir alimentos inocuos y de calidad aceptable.
- Los productos deben poseer un nombre comercial el cual debe contar con la autorización del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, además debe tramitarse un registro sanitario de referencia o certificación sanitaria en ese ministerio.
- Todo producto que posea nombre comercial y esté destinado al comercio debe ser evaluado de acuerdo a las normas y reglamentos de inocuidad, por parte del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- Los productos deben poseer una etiqueta en español en donde se indique el contenido, composición, indicaciones sanitarias específicas del producto.

Corresponde al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social la responsabilidad del control en las etapas de procesamiento (producción), distribución y comercialización de los alimentos procesados ya sean nacionales o importados, de igual forma le corresponde el otorgamiento de licencias sanitarias para la apertura de los

establecimientos, la certificación sanitaria de referencia de los productos y la evaluación de las buenas prácticas de manufactura.

1.4.5.2. Acuerdo Gubernativo número 969-99, Reglamento para la Inocuidad de los alimentos:

Su objetivo es desarrollar las disposiciones del Código de Salud, relativas al control sanitario de los alimentos en las distintas fases de producción y comercialización, con el objeto de garantizar que los alimentos no ocasionarán daño al consumidor, en este cuerpo legal se establece que:

- Están obligados al cumplimiento de este reglamento, todas las personas individuales o jurídicas, públicas y privadas, nacionales, extranjeras e internacionales que produzcan, fabriquen, transformen, empaquen, fraccionen, importen, exporten, almacenen, transporten, distribuyan y comercialicen alimentos dentro del territorio nacional.
- Es responsabilidad de los anteriores el cumplimiento de las normativas concernientes a la inocuidad sanitaria de los alimentos, su registro sanitario de referencia y su evaluación de conformidad.
- También en este acuerdo, se clasifican los diferentes tipos de establecimientos de alimentos, para su autorización y control.

1.4.5.3. Acuerdo Gubernativo 787-97, Comisión Multisectorial de Alimentos de Consumo Humano:

Mediante este acuerdo se crea la Comisión Multisectorial de Alimentos de Consumo Humano, que es el ente encargado de asesorar a los Ministerios de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), en la

formulación de políticas y estrategias a considerar en el Programa Nacional de Control de Alimentos.

Esta comisión está integrada por:

- Un representante del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, quien tendrá a su cargo la coordinación de la comisión.
- Un representante de la Cámara de Industria de Guatemala.
- Un representante del área de alimentos de consumo humano, de la División de Registro y Control de Alimentos y Medicamentos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- Un representante del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.
- Un representante del Ministerio de Economía.
- Un representante de la Cámara de Comercio de Guatemala.
- Un representante del LUCAM (Laboratorio Unificado de Control de Alimentos y Medicamentos).
- Un representante del Ministerio de Finanzas Públicas.
- Un representante del Sector Consumidor de Alimentos de Consumo Humano Organizado.
- Un representante de la Organización Panamericana de la Salud en el área de alimentos de consumo humano.

1.4.6. CUMPLIMIENTOS COMPLEMENTARIOS

En Guatemala existen leyes que están ligadas directa o indirectamente a los procesos administrativos de las empresas, para este caso en particular, la empresa de productos alimenticios que está siendo sujeta de estudio, no queda fuera de observar leyes tales como:

➤ **Decreto 2-70 Código de Comercio y sus reformas;**

Se refiere al conjunto unitario, ordenado y sistematizado de normas de Derecho mercantil, es decir, un cuerpo legal que tiene por objeto regular las relaciones mercantiles.

➤ **Decreto 10-2012 Ley de Actualización Tributaria;**

Ley que regula principalmente todo lo relacionado al Impuesto Sobre la Renta, cuyo objetivo es gravar la renta de los contribuyentes, con ocasión de las diversas actividades económicas que estos puedan ejercer.

➤ **Decreto 27-92 Ley del Impuesto al Valor agregado, actualizado por los Decretos 4-2012 y 10-2012;**

Regula todo lo relacionado al Impuesto al Valor Agregado, que es el impuesto indirecto más importante el cual grava el consumo de las personas individuales y jurídicas.

➤ **Decreto 73-2008 Ley del Impuesto de Solidaridad (ISO);**

Impuesto que se creó para dar cumplimiento a las obligaciones que le impone al Estado la Constitución Política de la República de Guatemala en materia de inversión social, y cuyo fin es el financiamiento de los programas de inversión social que demanda la población más necesitada; están afectos a este impuesto quienes realicen actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional..

También aquellas leyes que regulan la relación empleado – empleador, como lo son:

➤ **Decreto 1441 Código de Trabajo y sus reformas;**

Reglamenta lo concerniente a los derechos y obligaciones de patronos y trabajadores, con ocasión del trabajo, creando así instituciones para resolver sus conflictos.

➤ **Decreto número 295 Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, reformado por el Decreto 11-04;**

El IGSS es la entidad a la que le corresponde brindar Seguridad Social cuyo objeto primordial es el de dar protección mínima a toda la población del país, a base de una contribución proporcional a los ingresos de cada uno y de la distribución de beneficios a cada contribuyente o a sus familiares que dependen económicamente de él; por lo anterior el sector empresarial no debe dejar de observar dicho Decreto.

Las leyes fiscales en Guatemala, como en todo país no tienen carácter permanente; al momento de la realización de la presente tesis las leyes antes mencionadas se encuentran vigentes.

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1. ESTADOS FINANCIEROS

2.1.1. DEFINICIÓN

También denominados Estados financieros con propósito de información general “son aquéllos que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información, y muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados”.

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad.” (14:1)

De acuerdo a lo anterior los Estados Financieros, son las herramientas más importantes con que cuentan las empresas para evaluar el estado en que se encuentra.

2.1.2. PRESENTACIÓN RAZONABLE

“Los estados financieros deberán presentar razonablemente la situación financiera y el rendimiento financiero, así como los flujos de efectivo de una entidad. La presentación razonable requiere la presentación fidedigna de los efectos de las transacciones, así como de otros sucesos y condiciones, de acuerdo con las definiciones y los criterios de reconocimiento de activos, pasivos, ingresos y gastos”. (14:1)

“La aplicación de las NIIF, con información a revelar adicional cuando sea necesario, se supone que da lugar a estados financieros que permiten conseguir una presentación razonable.

Una presentación razonable también requiere que una entidad:

- Seleccione y aplique las políticas contables de acuerdo con la NIC 8 Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores. La NIC 8 establece una jerarquía normativa, a considerar por la gerencia en ausencia de una NIIF que sea aplicable específicamente a una partida.
- Presente información, que incluya a las políticas contables, de una forma que sea relevante, fiable, comparable y comprensible.
- Suministre información adicional, siempre que el cumplimiento con los requerimientos especificados por las NIIF resulten insuficientes para permitir a los usuarios comprender el impacto de determinadas transacciones, de otros sucesos o condiciones, sobre la situación financiera y el rendimiento financiero de la entidad.

2.1.3. OBJETIVO

El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas.

“Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministrarán información acerca de los siguientes elementos de una entidad” (14:1)

a) “Activos;

Son recursos controlados por la entidad, como resultado de sucesos pasados, del que la misma espera obtener en el futuro, beneficios económicos.

b) Pasivos;

Son obligaciones actuales de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.

c) Patrimonio;

Es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.

d) Ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas;

Los Ingresos son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio.

Gastos son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio.

e) Aportaciones de los propietarios y distribuciones a los mismos en su condición de tales; y”. (13:1)

f) “Flujos de efectivo.

Son los que suministran a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez”. (13:1)

“Esta información, junto con la contenida en las notas, ayuda a los usuarios a predecir los flujos de efectivo futuros de la entidad y, en particular, su distribución temporal y su grado de certidumbre”. (14:1)

Los elementos relacionados directamente con la medición de la situación financiera en el estado de situación financiera son los activos, los pasivos y el patrimonio, y los elementos relacionados directamente con la medición del desempeño en el estado de resultados son los ingresos y los gastos. El estado de flujos de efectivo generalmente refleja elementos del estado de resultados y cambios en los elementos del estado de situación financiera.

De lo anterior podemos deducir que los estados financieros deben cumplir el objetivo de informar sobre la situación financiera de la empresa en cierta fecha, los resultados de sus operaciones y los cambios en su situación financiera por el periodo contable terminado en esa fecha.

2.1.4. CLASIFICACION

Teniendo en cuenta las características de los usuarios a quienes van dirigidos los estados financieros o los objetivos específicos que los originan, se dividen en estados con propósito de información general y estados con propósito de información especial.

Los estados financieros con propósito de información general, como se define al principio de este capítulo “son aquéllos que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información...”. (14:1)

“Los estados financieros con propósito de información especial son aquellos que se preparan para satisfacer necesidades específicas de ciertos usuarios de la información contable, se caracterizan por tener una circulación o uso limitado y por suministrar un mayor detalle de algunas partidas u operaciones”. (27:1)

Para efectos del presente estudio nos enfocaremos en los estados financieros con propósito de información general.

Un juego completo de estados financieros según las Normas Internacionales de Información Financiera, comprende:

- “un estado de situación financiera al final del periodo;
- un estado del resultado del periodo y otro resultado integral del periodo;
- un estado de cambios en el patrimonio del periodo;
- un estado de flujos de efectivo del periodo;
- notas, que incluyan un resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa; y
- un estado de situación financiera al principio del primer periodo comparativo, cuando una entidad aplique una política contable retroactivamente o realice una reexpresión retroactiva de partidas en sus estados financieros, o cuando reclasifique partidas en sus estados financieros.

Una entidad puede utilizar, para denominar a los estados, títulos distintos a los utilizados en esta Norma. Por ejemplo, una entidad puede utilizar el título *estado del resultado integral* en lugar de *estado del resultado del periodo y otro resultado integral*”. (14:1)

Las NIIF no imponen ningún formato rígido para la confección de estados financieros, aunque en algunas normas concretas se incluyen sugerencias de presentación, teniendo en cuenta que la NIC 1 expresa que *[una entidad presentará con el mismo*

nivel de importancia todos los estados financieros que forman un juego completo de estados financieros].

2.1.5. IDENTIFICACIÓN

La NIC 1 establece los lineamientos de identificación que deben seguir los estados financieros para una adecuada presentación, con el objeto que los usuarios sean capaces de distinguir la información que se prepara utilizando las NIIF de cualquier otra información.

Una entidad identificará claramente cada estado financiero y las notas. Además, una entidad mostrará la siguiente información en lugar destacado, y la repetirá cuando sea necesario para que la información presentada sea comprensible:

- a) El nombre de la entidad u otra forma de identificación de la misma, así como los cambios relativos a dicha información desde el final del periodo precedente;
- b) Si los estados financieros pertenecen a una entidad individual o a un grupo de entidades;
- c) La fecha del cierre del periodo sobre el que se informa o el periodo cubierto por el juego de los estados financieros o notas;
- d) La moneda de presentación, tal como se define en la NIC 21; y
- e) El grado de redondeo practicado al presentar las cifras de los estados financieros”.
(14:1)

Se considera de suma importancia dar una breve descripción de cada uno de ellos, mismos que se detallan a continuación:

2.1.5.1. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA Ó BALANCE GENERAL

“Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, pasivo y el capital contable”. (22:1)

El estado de situación financiera, al igual que los demás estados financieros deberán estar elaborados de conformidad con lo que dictan las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).

2.1.5.1.1 Información a revelar en el estado de situación financiera

La Norma (NIC 1) no señala un formato ni un orden específico en que la empresa deberá presentar las partidas de este estado, no obstante, como mínimo deberán incluirse partidas que presenten los siguientes importes:

1. “Propiedad, planta y equipo (inmovilizado material)
2. Propiedades de inversión (inversiones inmobiliarias)
3. Activos Intangibles
4. Activos financieros
5. Inversiones bajo el método de participación
6. Activos biológicos
7. Inventarios” (14:1)
8. “Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar
9. Efectivo y equivalentes al efectivo

10. “El total de activos clasificados como mantenidos para la venta y los activos incluidos en grupos de activos para su disposición, que se hayan clasificado como mantenidos para la venta de acuerdo con la NIIF 5 Activos No corrientes Mantenidos para la Venta y Operaciones DiscontinuadasProvisiones
11. Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar
12. Provisiones
13. Pasivos financieros
14. Pasivos y activos por impuestos corrientes, según se define en la NIC 12 Impuesto a las Ganancias
15. Pasivos incluidos en los grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta de acuerdo con la NIIF 5
16. Participaciones no controladoras, presentadas dentro del patrimonio; y
17. Capital emitido y reservas atribuibles a los propietarios de la controladora”. (14:1)

ESTADO FINANCIERO No. 1

2.1.5.1.2 Ejemplo

SERCON & PROCOM, S.A.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

ACTIVO		
<u>NO CORRIENTE</u>		Q345,000.00
Inmueble	Q200,000.00	
Depreciación Acumulada	<u>Q50,000.00</u>	Q250,000.00
Maquinaria y Equipo	Q70,000.00	
Depreciación Acumulada	<u>(Q15,000.00)</u>	Q55,000.00
Mobiliario y Equipo	Q50,000.00	
Depreciación Acumulada	<u>(Q10,000.00)</u>	Q40,000.00
 <u>CORRIENTE</u>		 Q230,000.00
Caja y bancos		Q100,000.00
Clientes		Q75,000.00
Mercaderías		<u>Q55,000.00</u>
TOTAL DEL ACTIVO		<u>Q230,000.00</u>
 PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		Q252,615.00
Utilidades retenidas		Q185,000.00
Capital		Q10,000.00
Resultado		<u>Q57,615.00</u>
 PASIVO		
<u>NO CORRIENTE</u>		Q250,000.00
Hipotecas		Q150,000.00
Préstamos		<u>Q100,000.00</u>
 <u>CORRIENTE</u>		 Q72,385.00
Proveedores		Q50,000.00
Documentos por pagar		Q12,385.00
Impuestos por pagar		<u>Q10,000.00</u>
		<u>Q575,000.00</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		

FUENTE: Elaboración propia, con base en NIC 1

2.1.5.2. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

“El término *resultado integral* no está definido en el marco conceptual de IASB pero se utiliza en la NIC 1 para describir el cambio en el patrimonio de una entidad durante un periodo que procede de transacciones, sucesos y circunstancias distintos de aquellos derivados de transacciones con los propietarios, cuando actúan como tales. Aunque el término “resultado integral” se utiliza para describir la suma de todos los componentes de dicho resultado integral, incluyendo el resultado del periodo, el término “otro resultado integral” se refiere a ingresos y gastos que según las NIIF están incluidos en el resultado integral pero excluidos del resultado del periodo.

El resultado integral total comprende todos los componentes del resultado y de otro resultado integral.

El Estado de Resultados Integrales puede presentarse en un solo estado en el que se muestre la utilidad integral total (ingresos y gastos que están en resultados, así como ingresos y gastos no realizados que están en el patrimonio); o en dos estados uno que muestre los componentes del resultado y un segundo estado que comience con el resultado y muestre los componentes de otro resultado integral para llegar al resultado integral total.

Los componentes de Otro Resultado Integral incluyen: Cambios en el superávit de revaluación, ganancias y pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos, ganancias y pérdidas producidas por la conversión de los estados financieros de un negocio en el extranjero, ganancias y pérdidas procedentes de cambios en el valor razonable de activos financieros disponibles para la venta, la parte efectiva de ganancias y pérdidas en instrumentos de cobertura en una cobertura de flujo de efectivo, componentes de resultado después de impuestos de operaciones discontinuadas, todo lo anterior se debe mostrar si es posible con su impuesto a la renta relacionado de manera independiente”. (28:1)

A la hora de elaborar el Estado de Resultados Integrales, debe tomarse en cuenta:

Que puede presentarse por naturaleza de los gastos y no se redistribuye de acuerdo a su función, por ejemplo:

- Ventas
- Otros ingresos
- Consumo de materia prima
- Sueldos
- Depreciaciones, etc.

El método de función de los gastos o método del costo de ventas clasifica los gastos de acuerdo a su función, por ejemplo:

- Ventas
- Costo de Ventas
- Gastos de Ventas
- Gastos de Administración
- Gastos financieros
- Otros ingresos

2.1.5.2.1 INFORMACIÓN A REVELAR EN EL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

“La entidad puede elegir presentar el resultado integral en uno o en dos estados, como sigue:

- a) En un estado: que debe presentarse en un único documento, mostrando todos los rubros los cuales comprenden desde las ventas o ingresos, netos hasta el resultado integral. Este documento debe denominarse *estado de resultado integral.*”
(28:1)

b) “En dos estados:

1. debe incluir los rubros que comprenden desde las ventas o ingresos hasta la utilidad o pérdida neta. Este debe denominarse *estado de resultados*; y
2. debe partir de la utilidad o pérdida neta con la que concluyó el primer estado y, enseguida, deben presentarse los rubros que incluyen la participación de los otros resultados integrales de otras entidades y el resultado integral. Debe denominarse *estado de otros resultados integrales*.

Si en un determinado periodo contable, una entidad no generó otros resultados integrales debe atender a la presentación mencionada en el inciso b) i del párrafo anterior, a menos que en los estados que se presenten comparativos sí se hubieran generado otros resultados integrales y la entidad hubiese optado, para esos estados, por la presentación mencionada en el inciso a) del párrafo anterior”. (28:1)

La presentación adoptada por la entidad, según el párrafo anterior, debe utilizarse en forma consistente.

ESTADO FINANCIERO No. 2

2.1.5.2.2 Ejemplo

SERCON & PROCOM, S.A.
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

Ventas		1,100,000
Costo de Ventas		-380,000
Utilidad Bruta		720,000
GASTOS DE OPERACIÓN		670,000
Agua, luz y teléfono	65,000	
Sueldos	185,000	
Intereses	47,500	
Depreciaciones	84,500	
Comisiones	42,000	
Aguinaldos	58,000	
Bono 14	50,000	
Indemnizaciones	35,800	
Vacaciones	42,200	
Cuentas incobrables	60,000	
Otros gastos	95,000	
	Utilidad antes del ISR	50,000
I.S.R.		45,000
	Utilidad del ejercicio	5,000
OTRO RESULTADO INTEGRAL		
Perdida actuarial por beneficios a empleados		-30,000
Ganancia no realizada en instrumentos derivados		45,000
Ajuste por conversión moneda extranjera de negocio extranjero		65,000
	TOTAL OTRO RESULTADO INTEGRAL	80,000
	TOTAL RESULTADO INTEGRAL	85,000

FUENTE: Elaboración propia, con base en NIC 1

2.1.5.3. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO

“Este estado constituye por tanto un complemento fundamental a la información recogida en el Estado de Situación Financiera, donde únicamente se refleja la situación inicial y final de cada partida de patrimonio neto; complementa además información de la cuenta de resultados donde no han sido registradas algunas pérdidas y ganancias derivadas de modificaciones de valor de los elementos patrimoniales ni las operaciones con los propietarios.

La información recogida en el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto servirá para comprender en qué medida el patrimonio de la empresa se ha incrementado o disminuido en el período por causas distintas a las operaciones incorporadas a la cuenta de resultado del ejercicio, explicando la naturaleza y las causas de dichas variaciones. Dicha información también es útil para todos aquellos usuarios que quieran conocer la información financiera de la empresa.

El objetivo de este estado financiero es presentar las variaciones patrimoniales no incluidas en resultados, hasta completar el total de variaciones patrimoniales del período considerado; proporciona así información sobre las operaciones que han dado lugar a variaciones patrimoniales no presentadas en la cuenta de resultados y sobre todo ayuda a comprender y justificar las plusvalías y minusvalías no realizadas, según su origen e imputación a unas partidas u otras de patrimonio neto”. (21:1)

“El estado de cambios en el patrimonio incluye la siguiente información:

- a) el resultado integral total del periodo, mostrando de forma separada los importes totales atribuibles a los propietarios de la controladora y los atribuibles a las participaciones no controladoras;
- b) para cada componente de patrimonio, los efectos de la aplicación retroactiva o la reexpresión retroactiva reconocidos según la NIC 8; y” (14:1)

c) “para cada componente del patrimonio, una conciliación entre los importes en libros, al inicio y al final del periodo, revelando por separado los cambios resultantes de:

(i) el resultados del periodo;

(ii) otro resultado integral; y

(iii) “transacciones con los propietarios en su calidad de tales, mostrando por separado las contribuciones realizadas por los propietarios y las distribuciones a éstos y los cambios en las participaciones de propiedad en subsidiarias que no den lugar a una pérdida de control”. (14:1)

ESTADO FINANCIERO No. 3

2.1.5.3.1. Ejemplo

SERCON & PROCOM, S.A.
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

CUENTA	CAPITAL	UTILIDADES RETENIDAS	RESERVA LEGAL	SUPERAVIT POR REVALUACION	TOTAL
Saldo al 31/12/ 2011	400.00	600.00		110.00	1110.00
Utilidad del período		100.00			100.00
Traslado a reserva legal		(5.00)	5.00		0.00
Amortización superávit por revaluación				10.00	10.00
dividendos pagados		(25.00)			25.00
Saldo al 31/12/ 2012	400.00	670.00	5.00	100.00	1175.00

FUENTE: Elaboración propia con base en NIC 1

2.1.5.4. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

“Es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del balance general que inciden en el efectivo.

El Estado de flujos de efectivo es el único de los estados financieros elaborado por el método de lo percibido; una de sus mayores utilidades es la de determinar el origen y aplicación de fondos, basado en sus tres actividades:

- Operación
- Inversión
- Financiamiento

Es importante que la empresa tenga claridad sobre su capacidad para generar efectivo, de cómo genera ese efectivo, para así mismo poderse proyectar y tomar decisiones acordes con su verdadera capacidad de liquidez.

El objetivo de este estado financiero es básicamente determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión. Adicionalmente, el flujo de efectivo permite hacer un estudio o análisis de cada una de las partidas con incidencia en la generación de efectivo, datos que pueden ser de gran utilidad para el diseño de políticas y estrategias encaminadas a realizar una utilización de los recursos de la empresa de forma más eficiente”. (24:1)

2.1.5.4.1. Información a revelar en el estado de flujos de efectivo

“La información sobre los flujos de efectivo proporciona a los usuarios de los estados financieros una base para evaluar la capacidad de la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo y las necesidades de la entidad para utilizar esos flujos de efectivo”. (14:1)

“Dentro de los aspectos primordiales a revelar en este estado tenemos:

- Los componentes del efectivo y equivalentes.
- Presentar una conciliación de los saldos que figuran en el estado de flujos de efectivo y en el estado de situación financiera
- El efectivo restringido”. (24:1)

2.1.5.4.2. Presentación del estado de flujos de efectivo

Tal como la NIC 7 lo indica la empresa deberá presentar sus flujos de efectivo procedentes de las actividades de operación, de inversión y financiación, de la manera que le resulte más apropiada; para ello se cuenta con 2 métodos que son:

- a) Método directo
- b) Método indirecto

2.1.5.4.2.1. Método Directo

Se presentan por separado las principales categorías de cobro y pago en términos brutos. La norma aconseja utilizar el método directo.

Puede hacerse por uno de los siguientes procedimientos

- a) Utilizando los registros contables de la entidad.
- b) Ajustando las ventas y el costo de ventas (para el caso de las entidades financieras, los intereses recibidos e ingresos asimilables y los intereses pagados y otros gastos asimilables) así como otras partidas en el estado de resultados por:
 - Los cambios habidos durante el período en los inventarios y las cuentas por cobrar y por pagar derivadas de las actividades de operación.

- Otras partidas sin reflejo en el efectivo.
- Otras partidas cuyos efectos monetarios se consideran flujos de inversión o financiamiento.

2.1.5.4.2.2. Método Indirecto

Se determina corrigiendo la ganancia o la pérdida en términos netos por los efectos de:

- a) Los cambios habidos durante el período en los inventarios y en las cuentas por cobrar y por pagar derivadas de las actividades de operación.
- b) Las partidas sin reflejo en el efectivo tales como depreciación, provisiones, impuestos diferidos, pérdidas y ganancias de cambio no realizadas, participación en ganancias no distribuidas de asociadas e intereses minoritarios, así como,
- c) Cualquier otra partida cuyos efectos monetarios se consideren flujos de inversión o financiamiento.

ESTADO FINANCIERO No. 4

2.1.5.4.3. Ejemplos

➤ Método Directo

SERCON & PROCOM, S.A.
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
POR EL AÑO TERMINADO EL 31/12/2012
EXPRESADO EN QUETZALES

<i>Efectivo por Actividades de Operación</i>		Q 3,000.00
Efectivo Recibido de clientes	Q 50,200.00	
Efectivo pagado a proveedores	Q (30,400.00)	
Gastos de venta pagados	Q (5,800.00)	
Gastos de administración pagados	Q (11,000.00)	
<i>Efectivo por Actividades de Inversión</i>		Q (1,800.00)
Equipo (adquisición de mobiliario)	Q (1,800.00)	
Efectivo por Actividades de Financiamiento		Q (800.00)
Colocación de nuevas acciones	Q 800.00	
Prima venta de acciones	Q 400.00	
Pago de dividendos	Q (2,000.00)	
Aumento Neto en efectivo y equivalentes de efectivo		Q 400.00
(+) Efectivo y equivalentes de efectivo al comienzo del año		Q 1,600.00
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año		Q 2,000.00

FUENTE: Elaboración propia, con base en NIC 1

ESTADO FINANCIERO No. 5

➤ **Método Indirecto**

SERCON & PROCOM, S.A.
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
POR EL AÑO TERMINADO EL 31/12/2012
EXPRESADO EN QUETZALES

	Utilidad (Ganancia) Neta		2,400
1	Conciliación entre la utilidad neta y el efectivo neto provisto por las actividades de operación		
	Depreciaciones	600	
	Gastos de Venta	200	
	Cuentas por Cobrar	200	
	Mercaderías	(800)	
	Cuentas por Pagar	800	
	Gastos por Pagar	(400)	600
	Sub-Total		3,000
2	<i>Efectivo generado por Actividades de Inversión</i>		
	Equipo (Adquisición de mobiliario)		(1,800)
3	<i>Efectivo por Actividades de Financiamiento</i>		(800)
	Colocación de nuevas acciones	800	
	Prima venta de acciones	400	
	Pago de dividendos	(2,000)	
	Aumento Neto en efectivo y equivalentes de efectivo		400
	(+) Efectivo y equivalentes de efectivo al comienzo del año		1,600
	Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año		2,000

FUENTE: Elaboración propia, con base en NIC 1

2.1.5.5. NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

“Las notas a los estados financieros contienen información adicional a la presentada en los estados financieros, en ellas se suministran descripciones narrativas o desagregaciones de tales estados y contienen información sobre las partidas que no cumplen las condiciones para ser reconocidas en aquellos estados”. (20:1)

“Una entidad puede presentar las notas que proporcionan información acerca de las bases para la preparación de los estados financieros y las políticas contables específicas como una sección separada de los estados financieros”. (14:1)

“Estas incluyen:

- a) Información sobre bases de elaboración de estados financieros.
- b) Información que siendo requerida por las NIIF no se incluya en los estados financieros.
- c) Información adicional relevante.
- d) Debe presentarse de forma sistemática, cada partida del balance, estado de resultados, patrimonio y flujo de efectivo”. (20:1)

Normalmente son las siguientes:

- 1. Breve historia de la entidad
- 2. Políticas contables
- 3. Unidad monetaria
- 4. Integraciones de cuentas importantes
- 5. Transacciones con relacionadas
- 6. Cálculo del ISR e ISR diferidos
- 7. Contingencias
- 8. Eventos subsecuentes

2.1.5.5.1. Ejemplo

*SERCON & PROCOM, S.A.
Notas a los Estados Financieros
(Expresadas en quetzales)*

Nota 1. – Actividad económica y de Operaciones

La empresa de productos SERCON & PROCOM, S.A., es una sociedad anónima constituida el 24 de junio de 2005, iniciando sus operaciones el 14 de febrero de 2005. La empresa es una sociedad anónima productora y distribuidora de salsas y aderezos, dedicada a la adquisición de materias primas de origen vegetal para transformarlas y fabricar productos terminados destinados para el consumo.

Al 31 de diciembre de 2011, la empresa desarrolla sus actividades a través de una oficina principal y 2 sucursales en el interior. El personal empleado para desarrollar sus actividades al 31 de diciembre del 2011 y 2010 ascendió a 25 y 15, respectivamente.

Nota 2. – Principales políticas y prácticas contables

La Entidad lleva sus registros contables y prepara sus estados financieros de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, también lo regulado en las leyes guatemaltecas como el Código de Comercio, Ley del IVA Ley del ISR, etc.

Las principales políticas y prácticas contables de la Entidad son las siguientes:

- **Período contable**

La Entidad tiene definido por estatuto preparar y difundir estados financieros de propósito general una vez al año al 31 de diciembre.

- **Propiedad, planta y equipo**

Las propiedades, planta y equipo se registran al costo de adquisición, la depreciación es en base a la vida útil estimada siguiente:

Edificios 20 años

Maquinaria del año 1y 2, 7.5 años

Maquinaria año 3, 2 años

Nota 3. – Unidad monetaria

De acuerdo con disposiciones legales, la unidad monetaria utilizada por la entidad son los quetzales guatemaltecos. TC. Q. \$.

Nota 4. – Deudores

El saldo de deudores, neto al 31 de diciembre de 2012 y 2011 comprendía respectivamente:

CUADRO No. 1

Ejemplo notas a los Estados Financieros – Integración de deudores

CUENTA	2012	2011
Afiliados	36,133	45,815
Anticipos	22,453	0.00
Depósitos	40,382	0.00
Anticipos de impuestos y contribuciones	24,180	10,270
Cuentas por cobrar a trabajadores	12,915	25,110
Deudores varios	2,315	5,843
TOTAL	138,378	87,038

FUENTE: Elaboración propia, con base en NIC 1

Nota 5. – Gastos pagados por anticipado

El saldo de gastos pagados por anticipado al 31 de diciembre de 2012 y 2011 comprendía, respectivamente:

CUADRO No. 2

Ejemplo notas a los Estados Financieros – Integración Gastos anticipados

CUENTA	2012	2011
Seguros	145,289.00	134,289.00
Servicios	205,000.00	165,000
Suscripciones	90,000.00	60,000.00
TOTAL	440,289.00	359,289.00

FUENTE: Elaboración propia, con base en NIC 1

Nota 6. – Inventarios

Los inventarios se registran al costo de adquisición, bajo los siguientes métodos:

- Materia prima al costo de adquisición
- Producción en proceso al grado de avance
- Producto terminado costos promedio

Nota 7. – Provisión para cuentas incobrables

La provisión para cuentas incobrables se registra mediante un análisis de cobrabilidad.

Nota 8. – Provisión para indemnizaciones

La compañía tiene la política de indemnización universal.

Nota 9. – Contingencias

Los estados financieros de la entidad no han sido revisados por las autoridades fiscales. De acuerdo con lo establecido en el Código Tributario, Decreto 58-96 vigente desde el 16 de 1996, el derecho de la revisión de las autoridades fiscales prescribe en cuatro años, para la compañía el derecho prescribe del periodo fiscal terminado el 31 de diciembre de 2005.

Nota 10. – Eventos subsecuentes

No se tiene conocimiento de ningún evento posterior, ocurrido entre la fecha de los estados financieros y la fecha de su autorización por parte de la Administración de la Compañía, que requiera la modificación de las cifras presentadas en los estados financieros autorizados.

2.2. INFORMACIÓN FINANCIERA

2.2.1. DEFINICION

“La información financiera debidamente analizada e interpretada es la base de toda buena decisión, quiere decir que para la toma de decisiones que tengan trascendencia dentro de la empresa se necesita información suficiente y oportuna; al incorporarse los estados financieros las normas o principios de contabilidad, estos estados sirven de partida para formular juicios sobre bases firmes y para realizar un análisis e interpretación suficiente sobre dicha información”. (27:1)

También podemos decir que el análisis e interpretación de la información financiera consisten en proporcionar cifras contable-financieras estructuradas objetivamente en forma clara, inteligente, sencilla, suficiente, oportuna y veraz a las distintas personas y/o usuarios interesados en la situación financiera, los resultados y la proyección de la empresa, para la posterior toma de decisiones.

2.2.1.1. OBJETIVO

“Los objetivos del análisis e interpretación de la información financiera consisten en proporcionar cifras contable-financieras estructuradas objetivamente en forma clara, inteligente, sencilla, suficiente, oportuna y veraz a las distintas personas e instituciones interesados en la situación financiera, los resultados y la proyección de la empresa”.
(27:1)

“Principales usuarios de los estados financieros:

- Directivos de alto nivel dentro de la organización de una empresa
- Accionistas o propietarios
- Instituciones y créditos
- Inversionistas
- Productores externos e internos
- Proveedores y otros acreedores
- Distintas dependencias públicas
- Asesores administrativos, contables, fiscales o legales
- Trabajadores de la empresa
- Entre otros.

“Todos estos interesados podrán emitir juicios financieros sobre el pasado, presente y futuro de la compañía, apoyados en la metodología que presenta el análisis y la interpretación de la información financiera con el fin de conocer la estructura y la tendencia de:

- a) La situación financiera de la empresa.
- b) Los resultados de la operación
- c) La proyección futura

2.2.2. CARACTERÍSTICAS

Las características de los Estados Financieros deben ser las que corresponden a la información financiera, que son:

2.2.2.1. UTILIDAD

“Su contenido informativo debe ser significativo, relevante, veraz y comparable, y deben, además ser oportunos”.

2.2.2.2. CONFIABILIDAD

“Deben ser estables (consistentes), objetivos, y verificables.

2.2.2.3. PROVISIONALIDAD

“Contienen estimaciones para determinar la información, que corresponde a cada periodo contable.

2.3. VALUACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

2.3.1. VALUACIÓN

La contabilidad financiera es aquella técnica mediante la cual los hechos económico financieros son clasificados, registrados, resumidos y presentados en informes llamados estados financieros y que esta información es empleada por los usuarios para tomar decisiones, resulta lógico que la información contenida en ellos debe ser adecuadamente obtenida, valuada y presentada, es decir, debe reunir las características de la utilidad, confiabilidad y provisionalidad. La información debe ser justa, veraz y equitativa para los diversos interesados.

Resulta importante efectuar una adecuada valuación o valoración de las diferentes cuentas que integran los estados financieros, ya que en el caso de una valuación incorrecta o inadecuada, se tomarían decisiones equivocadas”. (27:1)

Ejemplo:

Cuentas por Cobrar a clientes que han sido sobrevaluadas, pues los clientes de la empresa han mostrado notoria morosidad en sus pagos; es decir, no se tomaron en cuenta estimaciones para reducir el saldo de las cuentas por cobrar y mostrar la cantidad razonable que se recibirá en efectivo. Esta sobrevaloración a la cantidad que razonablemente se recibirá en efectivo en el momento de efectuar la cobranza, podría llevar a los encargados de tomar decisiones a considerar mayores flujos de efectivo, lo cual propiciaría que la empresa no contara con los flujos de efectivo suficientes para hacer frente a los compromisos que contrató para esa fecha.

2.3.2. PRESENTACIÓN

“La presentación de la información financiera, como anteriormente se expuso deberá ser clara, ordenada y oportuna, para que lo usuarios de los estados financieros puedan a partir de ello tomar decisiones que promuevan el desarrollo de la empresa.

Todo lo expresado anteriormente muestra las bases para desarrollar y presentar la información financiera de una manera adecuada y eficaz”. (27:1)

2.3.3. MÉTODOS DEL COSTO

En la valuación de la información financiera es importante mencionar este punto, ya que la información acerca de los diversos tipos de costos y sus patrones de comportamiento es vital para una toma de decisiones que sea efectiva.

“Los costos pueden ser clasificados de acuerdo con el enfoque que se les dé; para efectos del presente estudio, sólo se analizarán los costos de acuerdo con el tiempo en que fueron calculados, descritos a continuación:

- Costos históricos: Denominados también como: costos reales, son aquellos que se obtienen después de que el producto haya sido manufacturado. Por lo tanto, este tipo de costos, indica lo que ha costado producir un determinado bien o servicio.

Estos costos son utilizados para preparar los estados financieros externos.

- “Costos predeterminados: Son aquellos que se calculan antes o durante la producción de un determinado artículo o servicio en forma estimada o aplicando el costo estándar”. (27:1)

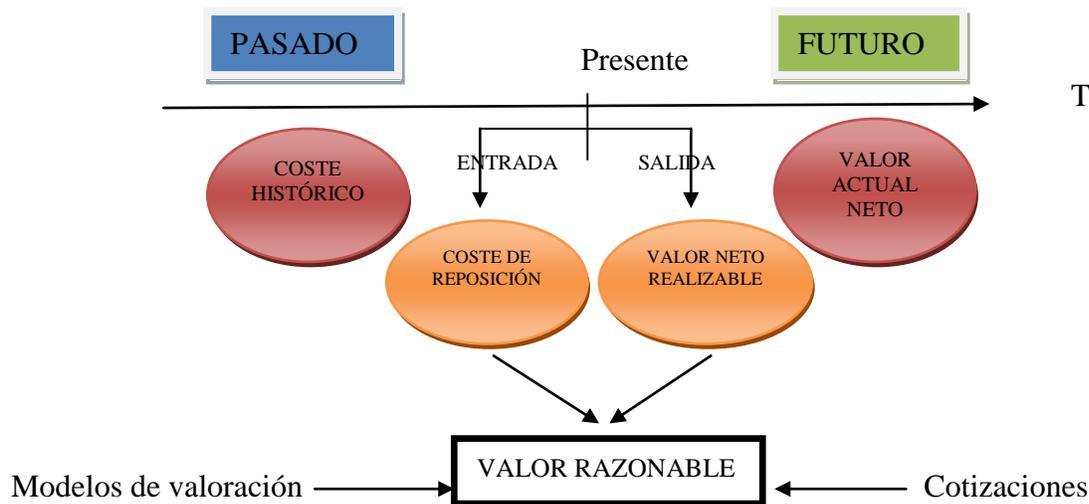
2.3.4. CRITERIOS DE VALORACIÓN

Las NIIF han introducido, por motivos de utilidad, el valor razonable en la medición de ciertas partidas del balance, lo que implica también que la información debe revisarse cada vez que se presentan estados financieros, puesto que los incrementos del valor razonable de un activo llevado al valor razonable son ingresos (ganancias), mientras que los decrementos son gastos (pérdidas).

“Los criterios de valoración se pueden estudiar tomando en cuenta el tiempo, por ejemplo:

- En el pasado, se constituye un Costo Histórico
- En el presente, se puede valorar al Costo de Reposición, Valor Neto Realizable y Valor Razonable
- En el futuro, se debe considerar el Valor Actual Neto”. (24:1).

“CRITERIOS DE VALORACIÓN”



(precio por el que se intercambiaría un activo o se cancelaría un pasivo entre partes interesadas, informadas e independientes)

FUENTE: Elaboración propia

“El valor razonable se utiliza obligatoriamente en todos los instrumentos financieros que la empresa posea, salvo que sean préstamos o partidas a cobrar originados por ella (por ejemplo no se utiliza en las partidas de clientes) o bien sean instrumentos de deuda mantenidos hasta el vencimiento; también se utiliza, de forma obligatoria, en la valoración de los productos agrícolas (trigo, maíz, papas.) y los activos biológicos (bosques, cabañas). Los cambios en el valor razonable de estas partidas se consideran en todos los casos componentes del resultado neto del periodo.

Por último, las revisiones de valor de todos los elementos llevados a valor razonable deben hacerse en cada fecha de balance, salvo en el caso del inmovilizado material y los activos inmateriales debe hacerse regularmente, y los elementos deben ser depreciados y amortizados, a partir de los valores revisados, en cada fecha de balance entre dos revalorizaciones”. (24:1)

2.3.5. ANÁLISIS FINANCIERO

“El pilar fundamental del análisis financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la empresa, teniendo en cuenta las características de los usuarios a quienes van dirigidos y los objetivos específicos que los originan, los mismos son preparados, casi siempre, al final del período de operaciones y los cuales sirven para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar flujos favorables según la recopilación de los datos contables derivados de los hechos económicos.

Todas las empresas han necesitado en algún momento saber sobre su situación y desempeño financiero para así determinar y evaluar la gestión que han realizado todos los agentes que intervienen en su funcionamiento, por ello es conveniente que en cada una se implementen las herramientas necesarias que representen su justa realidad”. (13:38)

“El análisis de razones financieras es una de las formas de medir y evaluar el funcionamiento de la empresa y la gestión de sus administradores; para el presente estudio se considera importante analizar las razones financieras, ya que un buen análisis financiero de la empresa puede otorgar la seguridad de mantener la empresa vigente y con excelentes índices de rentabilidad”. (13:38)

2.4. RAZONES FINANCIERAS

2.4.1. DEFINICIÓN

“Las razones financieras pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa, presentando una perspectiva amplia de la situación financiera; éstas son comparables con las de la competencia y llevan al análisis y reflexión del funcionamiento de las empresas frente a sus rivales”. (13:39)

2.4.2. USO DE LAS RAZONES FINANCIERAS

“La información contenida en los estados financieros básicos es muy importante para las diversas partes interesadas que necesitan tener con regularidad medidas relativas de la eficiencia operativa de la empresa. Aquí, la palabra clave es relativo, porque el análisis de los estados financieros se basa en el uso de las razones o valores relativos.

El análisis de razones incluye métodos de cálculo e interpretación de las razones financieras para analizar y supervisar el rendimiento, liquidez, solvencia, apalancamiento y uso de activos de la empresa. Las entradas básicas para el análisis de las razones son el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados de la empresa”. (5:48)

El uso de las razones financieras y sus niveles óptimos, siempre dependerán del tipo de empresa, sus operaciones y otras características individuales que la diferencian de las demás.

2.4.3. CATEGORIAS DE LAS RAZONES FINANCIERAS

“Las razones financieras se dividen por conveniencia en cinco categorías básicas: razones de liquidez, actividad, deuda, rentabilidad y mercado. Las razones de liquidez, actividad y deuda miden principalmente el riesgo. Las razones de rentabilidad miden el retorno. Las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el retorno”. (5:51)

A continuación una breve descripción de cada una de ellas:

2.4.3.1. RAZONES DE LIQUIDEZ

“La liquidez de una empresa se mide según su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que éstas llegan a su vencimiento”. (5:52).

“La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, la facilidad con la que ésta puede pagar sus cuentas.

Se refiere no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Las dos medidas básicas de liquidez son la liquidez corriente y la razón rápida o prueba del ácido.

2.4.3.1.1. Liquidez Corriente ó Índice de Solvencia

Es la medida de liquidez que se calcula al dividir los activos corrientes de la empresa entre sus pasivos corrientes, mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

2.4.3.1.2. Razón rápida ó Prueba del ácido

“Medida de liquidez que se calcula al dividir los activos corrientes de la empresa menos el inventario entre sus pasivos corrientes, es similar a la prueba de liquidez, con la excepción de que ésta excluye el inventario (activo corriente menos líquido).

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

Óptima: ~1 (cercano a 1).

Si la Razón Rápida es < 1, la empresa podría suspender sus pagos u obligaciones con terceros por tener activos líquidos (circulantes) insuficientes. Si la Razón Rápida > 1, indica la posibilidad de que la empresa posea exceso de liquidez, cayendo en una pérdida de rentabilidad”. (5:52)

2.4.3.2. RAZONES DE ACTIVIDAD

“Estas razones miden la velocidad a la que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, entradas o salidas. Es importante ver más allá de las medidas de liquidez general y evaluar la actividad de las cuentas corrientes específicas.

Existen varios índices disponibles para medir la actividad de las cuentas corrientes más importantes, entre las que se encuentran el inventario, las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar; también es posible evaluar la eficiencia con la que se usan los activos totales.

2.4.3.2.1. Rotación de Inventarios

Mide comúnmente la actividad o número de veces que se usan los inventarios de una empresa”. (5:53)

$$\text{Fórmula: } RI = \frac{\text{Costo de lo vendido}}{\text{Inventario}}$$

Óptimo

“Lo más alto posible, ya que significa las veces que el inventario se agotó en el año, entre menos veces se rote el inventario anualmente, tienden a disminuir las ventas”. (5:53)

“La rotación de los inventarios se puede convertir fácilmente en edad promedio de inventario ó plazo promedio de inventario (PPI), que representa el promedio de días que un artículo permanece en el inventario de la empresa, y se obtiene al dividir el número de días que tiene el año (365) entre la rotación de los inventarios.

$$\text{Fórmula: } PPI = \frac{\text{Año comercial}}{\text{Rotación del Inventario}}$$

2.4.3.2.2. Rotación de cuentas por cobrar

Mide la liquidez de las cuentas por cobrar por medio de su rotación.

$$\text{Fórmula: RCC} = \frac{\text{Ventas anuales al crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

2.4.3.2.3. Periodo promedio de cobro

Es útil para evaluar las políticas de crédito y cobro. Se calcula de dividir el saldo de las cuentas por cobrar entre las ventas diarias promedio". (5:54)

$$\text{Fórmula: PPC} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas diarias promedio}}$$

2.4.3.2.4. Rotación de los activos totales

"Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas.

$$\text{Fórmula: RAT} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Total de activos}}$$

Óptima:

Para todas las razones anteriores, entre más alto sea el numero de rotaciones en el año, mayores serán las ventas y se alcanza un nivel optimo en el funcionamiento de la entidad". (5:54)

2.4.3.3. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

“Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utiliza para generar utilidades. Son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

Existen dos tipos generales de medidas de deuda que son:

- El grado de endeudamiento: mide el monto de deuda con relación a otros montos significativos del balance general.
- La capacidad de pago de deudas: refleja la capacidad de una empresa para realizar los pagos requeridos de acuerdo con lo programado durante la vida de una deuda”. (13:41)

2.4.3.3.1. Índice de endeudamiento

“Mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades”. (5:57)

$$\text{Fórmula: IE} = \frac{\text{Total de Pasivos}}{\text{Total de Activos}}$$

Óptimo: $0.4 < \text{IE} < 0.6$

“Entre menor sea el índice de endeudamiento, mucho mejor; si se tiene un índice de 0.6 quiere decir que por cada unidad monetaria que reciba la empresa, 0.6 unidades monetarias corresponden, y son financiadas, a deuda de corto plazo y largo plazo, mientras que 0.4 unidades monetarias son financiadas por el capital contable de ésta. Cuanto más alto es este índice, mayor es el grado de endeudamiento de la empresa y mayor su apalancamiento financiero”. (5:57)

2.4.3.3.2. Índice de solidez

“La solidez expresa el grado de garantía que una entidad le puede ofrecer a sus acreedores, es decir su grado de estabilidad. Permite evaluar la estructura de financiamiento del activo total. Mientras menor sea la participación del pasivo total en el financiamiento del activo total, menor es el riesgo financiero de la empresa, mayor es el margen de garantía y seguridad para los acreedores y mayor es la capacidad de endeudamiento adicional para atender expansiones.

$$\text{Fórmula: IS} = \frac{\text{Total de Activos}}{\text{Total de Pasivos}}$$

Óptimo: 0

El grado de estabilidad de una entidad, se obtiene fundamentalmente mediante el ratio Solidez; mientras más éste tienda a cero, más satisfactorio será para la entidad”. (19:1)

2.4.3.4. RAZONES DE RENTABILIDAD

“Como grupo, estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios.

2.4.3.4.1. Margen de utilidad bruta

Mide el porcentaje de cada quetzal de ventas que queda después de que la empresa pagó sus bienes.

$$\text{Fórmula: MUB} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de lo vendido}}{\text{Ventas}}$$

Óptimo:

Cuanto más alto es el margen de utilidad bruta mejor, es decir, es menor el costo relativo de la mercadería vendida.

2.4.3.4.2. Margen de utilidad operativa

Mide el porcentaje de cada quetzal de ventas que queda después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos; las utilidades puras ganadas sobre cada quetzal de ventas.

$$\text{Fórmula: MUO} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

Óptimo

Aunque no se define un número para describir el óptimo, ya que todo depende las operaciones de la empresa, es preferible un margen alto". (5:59)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE NIIF 8 Y SU APLICACIÓN A LA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y ADEREZOS

3.1. ¿QUÉ SON LAS NIIF?

“Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS en inglés), son un conjunto de estándares e interpretaciones emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés) y patrocinadas por la Federación Internacional de Contadores Públicos (IFAC por sus siglas en inglés), ente que aglutina a los contadores del mundo. Estos estándares se dirigen principalmente a la presentación de los estados financieros de compañías que cotizan en mercados de valores. Sin embargo, no existe restricción y su aplicación se ha ido ampliando a todo tipo de entidades alrededor del mundo.

3.1.1. ANTECEDENTES

Los intentos profesionales para conseguir la estandarización contable en el ámbito mundial han estado relacionados con congresos o convenciones internacionales de contabilidad. A continuación se mencionan algunos de esos congresos o convenciones:

En 1951 la Unión Europea de Expertos Contables (UEC) se constituyó en París con organizaciones profesionales de Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Holanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y Suiza, con el fin de alcanzar los siguientes objetivos: a) Facilitar el intercambio de puntos de vista entre los expertos en el área contable; b) Promover el progreso de las auditorías contables; y, c) Lograr la coordinación de las organizaciones profesionales europeas, en materia de contabilidad”. (29:1)

“En 1967, en el séptimo congreso mundial de contabilidad realizado en París, se formó un grupo de trabajo con el objeto de coordinar esfuerzos para la estandarización internacional de los principios contables; este grupo sugirió el establecimiento de un Comité Internacional de Coordinación Contable, propuesta que fue aprobada en el décimo congreso celebrado en Sidney en 1972.

En junio de 1973, con un acuerdo entre las instituciones profesionales en contabilidad de Alemania, Australia, Canadá, Francia, Holanda, Irlanda, Japón, México, Reino Unido y los Estados Unidos de América, se fundó el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASC), con el objetivo principal de emitir Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), de observancia internacional a fin de lograr una información financiera fidedigna, que garantizara, principalmente a los mercados de valores y al mundo de los negocios, confiabilidad en la información contable.

En 1977, se constituyó como organismo internacional para regularizar y estandarizar la actividad contable profesional la IFAC, ente que en 1981 acordó con el IASC, que éste último sería quién tendría la total autonomía para establecer las normas internacionales de contabilidad y emitir boletines de interpretación relativos a la aplicación de tales normas.

En 1995, la globalización e integración de los mercados en Europa, provocó la necesidad de estandarizar la información financiera que las entidades de los diferentes países miembros proporcionaban a sus inversores, analistas y a cualquier tercero interesado. Con ese objetivo, la aplicación de un único grupo de normas para todas las entidades que cotizan en el mercado secundario de la Unión Europea (UE) con un grado apropiado de comparación de sus estados financieros, así como un aumento de la transparencia de la información, originó la firma de un acuerdo entre el IASC y la Organización Internacional de los Organismos Rectores de las Bolsas (IOSCO por sus siglas en inglés), por el cual se comprometían a revisar todas las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) emitidas, con el propósito de que se pudieran utilizar por las entidades que cotizan en las bolsas”. (29:1)

“El IASC fue reestructurado en 2001, su nombre cambio al de Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), y su propósito el de promover la convergencia de los principios contables por las diferentes entidades de todo el mundo, en su información financiera.

A partir de abril de 2001, el IASB asumió la responsabilidad de la emisión y regulación de las NIC y sus interpretaciones. A partir de ese momento, todo pronunciamiento emitido por ese organismo tomó el nombre de Normas Internacionales de Información Financiera, que en el presente estudio se mencionarán por sus siglas NIIF”. (29:1)

Por lo antes mencionado en los dos párrafos precedentes, es necesario mencionar antes de continuar y resolver la incógnita que surge respecto a: ¿NIC es lo mismo que NIIF? En esencia, cuando se refiere a los términos NIC y NIIF, se habla de lo mismo, es decir ambos conceptos se refieren a las Normas Internacionales de Contabilidad, la diferencia de terminología surge debido a que el organismo que ahora se conoce como IASB (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad) antes se le denominada IASC (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad).

“Todas las normas de contabilidad que se emitieron bajo la responsabilidad del IASC, desde 1975 hasta el año 2001, se designaron con el nombre de Normas Internacionales de Contabilidad (NIC). Como antes se mencionó en el año 2001 el IASC fue reestructurado y se convirtió en el IASB, en esa oportunidad se decidió que las normas emitidas hasta esa fecha serían revisadas, actualizadas y refrendadas por el IASB, conservando el nombre de NIC y que las nuevas normas contables que se emitieran a partir de esa fecha, se designarían con el nombre de NIIF (IFRS por sus siglas en inglés), de ahí, el origen de los dos nombres”. (28:1)

La tendencia actual del IASB es revisar y actualizar permanentemente el contenido de todas las normas, de tal forma, que paulatinamente desaparecerá el concepto de NIC, para que en el futuro todas las normas se conozcan con el nombre genérico de NIIF.

3.1.2. IMPORTANCIA

Se considera que hoy en día la importancia de NIIF radica en que estandarizan la aplicación de principios de contabilidad en todos los países que las adopten, facilitando con ello la lectura y análisis de estados financieros que se produzcan, porque se emiten bajo los mismos lineamientos, así si existiere un cliente de la empresa en el extranjero no tiene que hacer una traducción (de los estados financieros) a sus normas locales porque en marco general son los mismos; asimismo, la utilización de NIIF como principios de contabilidad aseguran la calidad de la información, siendo esta una herramienta básica para la toma de decisiones.

Para los profesionales de la Contaduría Pública, el aprender a utilizar las NIIF les permite ampliar su mercado laboral, ya que tienen la oportunidad de ejercer su profesión en otros países distintos al de origen; he aquí la importancia de aprender a dominarlas y aplicarlas adecuadamente en todo el ámbito profesional, actualizándose continuamente.

3.1.3. OBJETIVO

“El objetivo principal de las NIIF es proporcionar a los propietarios y gerentes de las empresas; a los participantes en los mercados tanto de capitales como otros que tienen relación con la misma de una u otra manera, y aún a los mismos contadores públicos y auditores de profesión, un conjunto de normas contables de carácter mundial, que sean de alta calidad y que en función del interés público, les permita la preparación, presentación y el uso de los estados financieros de propósito general, cuya información se confiable, transparente y comparable, que facilite la toma de decisiones económicas en pro del crecimiento empresarial”. (21:1)

3.1.4. ALCANCE

En general como su nombre lo indica las Normas tienen alcance a nivel mundial; de allí según vaya surgiendo la necesidad de aplicación en las empresas, cada una tiene lineamientos de alcance en particular, para una mejor comprensión y aplicación.

3.2. ADOPCION DE LAS NIIF EN GUATEMALA

3.2.1. ANTECEDENTES

En la actualidad, las NIIF han sido adoptadas como normas de observancia general para la preparación de estados financieros en varios países, inclusive algunos latinoamericanos, a nivel regional, su aplicación obligatoria quedó establecida en la Unión Europea (UE) para la presentación de información consolidada por parte de las sociedades controladoras de los grupos cotizados en bolsa, desde enero de 2005.

En junio de 2005 posteriormente a su creación, el Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala (CCPAG) asumió la responsabilidad que en su momento estuvo a cargo del Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores (IGCPA), por lo que actualmente es la entidad rectora de la profesión de la Contaduría Pública y Auditoría en Guatemala, siendo la responsable de promover la investigación permanente de las normas y técnicas de contabilidad y auditoría que deban regir en Guatemala; asimismo, el 20 de diciembre de 2007 publicó en el Diario de Centro América la resolución del Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala (CCPAG), en la cual se adoptan como principios de contabilidad generalmente aceptados en Guatemala a que se refiere el Decreto 2-70 Código de Comercio, y como marco conceptual para la preparación y presentación de estados financieros, las NIIF, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Información Financiera (IASB).

La aplicación de las NIIF para Guatemala, surten efecto optativo a partir del 1 de enero de 2008 y obligatoria a partir de enero de 2009 para la presentación de los Estados Financieros de las empresas con base en dichas normas (NIIF).

3.2.2. ENTIDADES QUE PARTICIPAN EN LA ADOPCION DE NIIF EN GUATEMALA

Antes de hacer énfasis de las entidades guatemaltecas, es importante mencionar las entidades que a nivel mundial promovieron la implementación NIIF, ya que son muchas (mundiales y regionales) que están interesadas y que ha realizado esfuerzos significativos para facilitar la divulgación, adopción e implementación de las NIIF en los diferentes países del mundo.

Entre estas entidades únicamente a manera de ejemplo, se pueden citar las siguientes:

- ✓ Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB)
- ✓ Federación Internacional de Contadores (IFAC)
- ✓ Asociación Interamericana de Contabilidad (AIC)
- ✓ Fondo Monetario Internacional (FMI)
- ✓ Foro para el Desarrollo de la Contabilidad (IFAD)
- ✓ Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- ✓ Organización Mundial del Comercio (OMC)
- ✓ Banco Mundial (BM)
- ✓ Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- ✓ Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO)
- ✓ Comité de Supervisión Bancaria de Basile
- ✓ 4 grandes firmas de auditoría: Pricewaterhouse Coopers, Deloitte , KPMG y Ernst & Young

Los ejemplos anteriores son los que a nivel mundial han tenido participación, y para Guatemala son los 2 colegios que agrupan a los profesionales de la Contaduría Pública, y el Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores (IGCPA) que ha sido el

encargado de fortalecer los conocimientos a cerca de las NIIF a través de seminarios, conferencias, etcétera, dirigido a dichos profesionales procurando mantener la actualización exigida a nivel mundial.

3.3. NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACION FINANCIERA 8 “SEGMENTOS DE OPERACIÓN”

Basado en la premisa fundamental de que toda entidad debe presentar información que permita a los usuarios de sus estados financieros evaluar la naturaleza y las repercusiones financieras de las actividades empresariales que desarrolla y los entornos económicos en los que opera, se describirán los principales aspectos de esta NIIF, base fundamental del presente estudio.

3.3.1. OBJETIVO

El objeto de la Norma es proporcionar las directrices para segmentar la información de una empresa, cuyo propósito sea presentar su información financiera a través de segmentos; o más bien dicho, separar la información, descomponer en segmentos para un mejor análisis financiero, lo contrario a la consolidación.

3.3.2. IMPORTANCIA

La importancia de esta NIIF radica en que establece los requerimientos para la revelación de información relacionada sobre productos y servicios, áreas geográficas y principales clientes (que constituyen los segmentos); asimismo, especifica la manera en que debe presentar dicha información, ya que ésta es la información que la dirección utiliza internamente para evaluar el rendimiento de los segmentos y decidir cómo asignar los recursos a los mismos.

3.3.3. APLICACIÓN

La aplicación de NIIF 8 en la información financiera de toda aquella empresa que lo requiera, va a permitir estudiar el rendimiento y el riesgo que los segmentos representan de forma más detallada, para un mejor análisis financiero y de negocios como anteriormente se mencionaba, su aplicación es obligatoria para todas aquellas empresas que cotizan acciones o deudas en bolsa, sin embargo no existe restricción para aquellas empresas que no lo hacen.

Es importante mencionar que no existe ninguna NIIF PYMES que se refiera a Segmentos de Operación, es por ello que para efectos del presente estudio se utilizó únicamente NIIF plenas.

3.3.4. ALCANCE

NIIF 8 *Segmentos de Operación*, se empleará a:

1. “Los estados financieros separados o individuales de una entidad:
 - cuyos instrumentos de deuda o de patrimonio neto se negocien en un mercado público (ya sea una bolsa de valores nacional o extranjera, o un mercado no organizado, incluyendo los mercados locales y regionales), o
 - que registre, o esté en proceso de registrar, sus estados financieros en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público; y
2. Los estados financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora:
 - cuyos instrumentos de deuda o de patrimonio neto se negocien en un mercado público (ya sea una bolsa de valores nacional o extranjera, o un mercado no organizado, incluyendo los mercados locales y regionales), o”
(15:1)

- 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.

3.3.5. VIGENCIA

Una entidad aplicará NIIF 8 *Segmentos de Operación*, en los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2009. Se permite su aplicación anticipada. Si una entidad aplicase la NIIF para períodos que comiencen con anterioridad al 1 de enero de 2009, revelará este hecho.

La información segmentada de períodos anteriores que se proporcione a efectos comparativos con respecto al período inicial de aplicación, deberá reexpresarse de tal forma que cumpla los requisitos de esta NIIF, salvo cuando no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención resulte excesivo”. (15:1)

3.4. INFORMACION FINANCIERA POR SEGMENTOS

La información financiera por segmentos es la información presentada en forma separada o agrupada bajo ciertas características, con el propósito de tomar decisiones financieras y operativas con bases más objetivas y con información confiable y oportuna.

3.4.1. OBJETIVO

Segmentar la información significa desagregar o distribuir información para un mejor análisis financiero; de allí que el objetivo principal de segmentar la información de una empresa se establece en separar los tipos de productos y servicios que presta o áreas en las que opera, para identificar sus fortalezas y debilidades, para realizar juicios que coadyuven al crecimiento empresarial y que los usuarios de los estados financieros evalúen los riesgos a que dichos segmentos están expuestos, a realizar críticas más

acertadas de la empresa en su conjunto, entender mejor su rendimiento y por ende tomar decisiones oportunas y adecuadas.

3.4.2. ALCANCE

Tal como la Norma lo indica, se aplicará a los estados financieros separados o individuales de una entidad y los estados financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora, ambos que coticen en bolsa de valores; no obstante no es restrictiva para aquellas que no lo hacen.

3.4.3. DEFINICIONES

Para efectos del presente estudio, los términos que siguen se usan con los significados que a continuación se describen:

3.4.3.1. Segmento:

“Es una actividad o grupo de actividades de la empresa, que son identificables y para las cuales es apropiado presentar por separado información financiera, con el fin de evaluar el rendimiento de la gestión pasada de la misma, en la consecución de objetivos y/o metas, y para tomar decisiones respecto a la futura asignación de recursos”. (27:1)

CUADRO No. 3

Ejemplo de segmento

No.	Artículos	Ventas	Segmento
1	Televisores	Q40,000	televisores
2	Equipo de sonido	Q27,000	audio y video
3	Teléfonos inalámbricos	Q22,000	comunicaciones
4	Baterías AA	Q15,000	pilas
5	Lavadora	Q8,000	otros menores
6	Refrigeradora	Q6,000	otros menores
	Total ventas 2011	Q118,000	

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.2. Segmentos de Servicios:

“Son los componentes identificables de las empresas encargadas de suministrar bienes o servicios afines, o bien, de alcanzar determinados objetivos concordantes con su misión general”. (27:1)

CUADRO No. 4

Ejemplo segmentos de servicios

No.	Servicio	Ventas	Segmento
1	Venta de equipos	Q42,000	A
2	Transmisión de Datos	Q37,000	B
3	Servicio de Radio	Q29,000	C
4	Servicio de TV	Q19,000	D
5	Call center	Q5,000	otros menores
6	Reparto a domicilio	Q3,000	otros menores
	total ventas 2011	Q135,000	

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.3. Segmentos geográficos:

“Son los componentes identificables de la empresa encargada de suministrar bienes o servicios o bien, de alcanzar determinados objetivos dentro de un área geográfica concreta.

Los segmentos geográficos son áreas sujetas a riesgos y rentabilidad distintos a los otros segmentos, se caracteriza por:

- Similitud de las condiciones económicas y políticas;
- Relaciones entre las operaciones en diversas áreas geográficas;
- El grado de proximidad de las operaciones;
- Riesgos asociados con las operaciones efectuadas en cada área;
- Reglamentaciones de control de cambio;
- Los riesgos monetarios subyacentes.” (27:1)

CUADRO No. 5

Ejemplo segmentos de geográficos

No.	Departamento	Ventas	Segmento
1	Guatemala	Q150,000	Zona Central
2	Chimaltenango	Q86,000	Zona Central
3	Santa Rosa	Q46,000	Zona Sur
4	Suchitepéquez	Q23,400	Zona Sur
5	Sololá	Q17,000	Otros Menores
6	Totonicapán	Q23,000	Otros Menores
7	Jutiapa	Q65,600	Zona Oriente
8	Chiquimula	Q76,000	Zona Oriente
9	Zacapa	Q94,000	Zona Oriente
Total ventas Anuales 2011		Q581,000	

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.4. Activos del Segmento:

“Son los recursos disponibles correspondientes a la operación de la empresa, los que emplea tanto para llevar a cabo sus actividades, incluyendo tanto los directamente atribuibles al segmento en cuestión como los que se puedan distribuir al mismo, utilizando bases razonables de reparto”. (27:1)

CUADRO No. 6

Ejemplo activos del segmento

No.	Segmento	Activo corriente	no %	Activo Corriente	%	Total
1	Camas	Q260,895	0.31	Q31,147,844	37.5	Q31,408,739
2	Sofás	Q143,564	0.17	Q15,161,431	18.7	Q15,704,995
3	Butacas	Q136,644	0.16	Q14,516,753	17.5	Q14,653,397
4	Muebles madera	Q100,345	0.12	Q11,387,821	13.7	Q11,488,166
5	Otros menores	Q91,872	0.11	Q9,749,956	11.7	Q9,841,828
Total		Q733,320	0.87	Q82,363,805	99.1	Q83,097,125

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.5. Gasto por segmento:

“Son las erogaciones derivadas del desarrollo de las actividades de operación del segmento que le son directamente atribuibles, más la parte relevante de gastos que pudieran ser distribuidos al segmento utilizando una base razonable de reparto. Comprende tanto los gastos relativos al suministro de bienes y servicios a terceros, como los relacionados con las transacciones efectuadas en otros segmentos de la misma empresa”. (27:1)

CUADRO No. 7

Ejemplo integración de gastos del segmento

No.	SEGMENTO	GASTOS	%
1	Blusa manga larga	Q24,550	28
2	Blusa manga corta	Q32,000	36
3	Camisa manga larga	Q17,156	19
4	Camisa Manga corta	Q5,424	6
5	Saco formal	Q3,712	4
6	Saco sport	Q2,228	3
7	Pantalón de lona	Q2,398	3
8	Pantalónetas	Q1,430	1
9	Pantalón pescador	Q200	0
	Total gastos 2011	Q89,098	100

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.6. Ingreso ordinario por segmento

“Percepciones de recursos que obtiene la empresa para el desempeño de sus actividades en función de su operación y como productor de bienes y servicios”. (27:1)

CUADRO No. 8

Ejemplo integración de ingresos del segmento

No.	SEGMENTO	INGRESOS	%
1	Zapato de dama	Q81,326	62
2	Zapato de caballero	Q16,052	12
3	Zapatilla	Q15,167	12
4	Zapato de niña	Q7,347	6
5	Zapato de niño	Q4,715	4
6	Tenis deportivos	Q3,258	2
7	Mocasín	Q2,481	2
8	Zapato de tacón	Q336	0
9	Botas	Q232	0
	Total Ingresos 2011	Q130,914	100

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.7. Pasivos del segmento

“Son las obligaciones correspondientes a las operaciones de la empresa, que se derivan de las actividades operativas del segmento y que le son directamente atribuibles o pueden asignársele utilizando bases razonables de reparto”. (27:1)

CUADRO No. 9

Ejemplo integración de pasivos del segmento

No.	DESCRIPCION	SEGMENTO "A"	SEGMENTO "B"	TOTAL
1	Pasivo corriente	Q144,000	Q236,890	Q380,890
2	Pasivo No corriente	Q27,375	Q24,098	Q51,473
	TOTAL	Q171,375	Q260,988	Q432,363

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

3.4.3.8. Políticas contables del segmento

“Son las políticas contables adoptadas para la preparación y presentación de los estados financieros del grupo consolidado o de los estados financieros de la entidad, así como las políticas contables que tienen que ver específicamente con la presentación de información por segmento”. (27:1)

3.5. IDENTIFICACION DE SEGMENTOS SOBRE LOS QUE SE DEBE INFORMAR

Según lo que indica la Norma, se debe informar por separado sobre cada uno de los segmentos de operación que cumplan con las características o requisitos para constituirse como tal, es decir; para considerarse segmento de operación “deberá desarrollar actividades propiamente del negocio, de las que se puedan obtener ingresos e incurrir en gastos, y sus resultados serán revisados regularmente por la máxima autoridad en la toma de decisiones y decidirá sobre los recursos que deben asignarse a dicho segmento para posteriormente evaluar el rendimiento obtenido”. (11:143)

También deberá informarse sobre aquellos segmentos de operación que excedan los umbrales cuantitativos descritos y establecidos en la Norma.

3.6. POLITICAS CONTABLES EN LA INFORMACION SOBRE SEGMENTOS

La información segmentada debe prepararse de acuerdo con las políticas contables adoptadas para preparar y presentar los estados financieros de la empresa, sean éstos individuales o consolidados. “Se presume que las políticas contables que los administradores y la gerencia de la empresa han escogido para su utilización en la preparación de sus estados financieros individuales o consolidados, son los que ellos creen más apropiados para los propósitos de información externa. Cualquier cifra procedente de un cálculo de detalle, realizado para aplicar un criterio contable determinado para toda la empresa, puede ser objeto de reparto a los segmentos si existe un criterio razonable para hacerlo así”. (17:1)

3.7. SEGMENTOS DE OPERACIÓN

3.7.1. DEFINICIÓN

“Componente de una entidad que participa actividades de negocio de los cuales que pueda ganar ingresos ordinarios e incurrir en gastos (incluyendo ingresos ordinarios y gastos relacionados con transacciones con otros componentes de la misma entidad), cuyos resultados de operación son revisados regularmente por el director jefe de operación que toma las decisiones sobre los recursos a ser asignados al segmento y valora su desempeño, y para el cual está disponible de información financiera discreta.” (11:144)

3.7.2. INFORMACIÓN A REVELAR

“Una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus estados financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades de negocio que desarrolla y los entornos económicos en los que opera”. (28:1)

Para ampliar lo indicado en el párrafo precedente, cabe mencionar que la Norma indica que una entidad revelará sobre los factores que han servido para identificar los segmentos sobre los que debe informarse, incluyendo la base de organización y tipos de productos y servicios de los que cada segmento obtiene sus ingresos de las actividades ordinarias. “También deberá revelarse 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; así como también las conciliaciones entre los totales de los ingresos de las actividades ordinarias de los segmentos, de sus resultados informados, de sus activos, de sus pasivos y de otras partidas significativas de ellos, con los importes correspondientes de la entidad”. (28:1)

3.7.3. CRITERIOS PARA AGREGAR SEGMENTOS

“Primero que nada deben identificarse los segmentos, y pueden agregarse dos o más segmentos de operación en uno solo cuando la agregación resulte coherente con el principio básico de esta NIIF y estos 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”. (15:1)

Es decir, deben identificarse los segmentos y luego agruparlos por clases como sigue:

a) **Negocio**

Por ejemplo, formar los segmentos por familia de productos; en una farmacia sería antibióticos, vitaminas, etc. a medida de formar los segmentos sobre los que deberá informarse.

b) **Geográfico**

Por ejemplo, se segmenta la información por el tipo de clientes; o bien, por el área donde se encuentran, norte, sur, este u oeste.

c) **Normativo**

Se segmenta la información de acuerdo a leyes específicas, por ejemplo, los bancos, aseguradoras, etc.

3.7.4. PRINCIPIOS CUANTITATIVOS

Los principios o umbrales cuantitativos, “son los topes mínimos permitidos para ser o establecer un segmento. La NIIF establece las reglas, y define los porcentajes mínimos para formar un segmento, detallado a continuación:

- 1) Las ventas del segmento deben ser el 10% del total, en caso contrario se define posteriormente si se agrupará en el resto de segmentos.
- 2) “Los activos del segmento deben ser 10% de los activos totales, en caso contrario se define posteriormente si se agrupará en el resto de segmentos.
- 3) La utilidad del segmento debe ser por lo menos 10% de la utilidad total.
- 4) La pérdida del segmento debe ser por lo menos el 10% de la pérdida total.”(13:1)

Por lo anterior, para ser un segmento o conformarse como tal, deberá por lo menos cumplir con una de las características anteriormente descritas. Los segmentos no incluidos en ninguno de los anteriores, se deben agrupar en “*resto de los segmentos*”.

“La sumatoria de las ventas de los segmentos que cumplieron con los umbrales, deben ser por lo menos el 75% de las ventas, de lo contrario se deben incluir las menores al 10% hasta alcanzar el 75%.” (15:1)

No hay límite de segmentos, pero debe considerarse llegar hasta 10.

CUADRO No. 10

Ejemplo aplicación de principios cuantitativos

Segmento	Totalidad de Ventas		Utilidad		Totalidad de Activos		PRUEBAS		
	Ventas	%	Utilidad	%	Activos	%	VENTAS/ING.	UTILIDAD	ACTIVOS
							CALIFICA	CALIFICA	CALIFICA
A	Q47,467,384	36	Q4,659,112	39	Q101,137.00	43	SI	SI	SI
B	Q26,282,499	20	Q1,655,391	14	Q52,325.00	22	SI	SI	SI
C	Q25,705,277	19	Q2,288,161	19	Q47,568.00	20	SI	SI	SI
D	Q18,298,445	14	Q2,205,702	19	Q18,541.00	8	SI	SI	NO
Resto de segmentos	Q14,651,930	11	Q1,105,329	9	Q17,092.00	7			
TOTAL	Q132,405,536	100	Q11,913,695	100	Q236,663.00	100			

FUENTE: Elaboración propia, en base a NIIF 8

La suma de todos los segmentos representa el 100% de las ventas netas, en el presente ejemplo se analizarán los tres primeros segmentos ya que la suma de los mismos representa el 75% del total de las ventas netas.

Cumple con la prueba de ventas ya que supera el 10% del total de las ventas, los segmentos “A” con 36%, “B” con 20% y “C” con 19%; asimismo, también es superada la prueba de ingresos ya que también los cuatro segmentos (“A”, “B”, “C” y “D”) superan el 10% de utilidad antes de impuestos con respecto a la utilidad obtenida durante el período contable.

La prueba de activos es superada ya que los segmentos “A”, “B” y “C” superan individualmente el 10% del total de los activos, no así los demás segmentos, razón por la cual se excluyen.

Conclusión: Todos se consideran segmentos para informar porque con un umbral cuantitativo que cumpla, ya es un segmento.

3.7.5. MEDICIÓN

Para cada segmento sobre el que deba informar, una entidad explicará las mediciones de los resultados, los activos y los pasivos del segmento, y como mínimo revelará:

- a) Los criterios de contabilización de cualesquiera transacciones entre los segmentos sobre los que deba informar.
- b) La naturaleza de cualesquiera diferencias entre las mediciones de los resultados de los segmentos sobre los que deba informar y los resultados de la entidad.
- c) La naturaleza de cualesquiera diferencias entre las mediciones de los activos de los segmentos sobre los que deba informar y los activos de la entidad.
- d) La naturaleza de cualesquiera diferencias entre las mediciones de los pasivos de los segmentos sobre los que deba informar y los pasivos de la entidad.
- e) La naturaleza de cualesquiera cambios 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 en la medida de los resultados de los segmentos.
- f) La naturaleza y el efecto de cualesquiera asignaciones asimétricas a los segmentos sobre los que deba informar.

3.7.6. INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS

“La empresa debe informar sobre todos aquellos ingresos que provengan de los clientes de cada producto de los que la misma tiene a la venta, si no revela cada producto específicamente, lo puede hacer por grupo de productos según su naturaleza, por tipo de productos ó bien por el cliente consumidor, cabe mencionar que no obliga a revelar a los clientes específicamente; la norma no es restrictiva, únicamente que dicha información debe estar debidamente soportada según la información financiera base, es

decir aquella que inicialmente se utilizó en la elaboración de los estados financieros, sabiendo que este principio es básico, no puede utilizarse estimaciones, ni ningún otro calculo estimativo”. (28:1)

3.7.7. INFORMACIÓN SOBRE ÁREAS GEOGRÁFICAS

No obstante la Norma indica y se refiere a clientes extranjeros, no es limitativa en este sentido; si la empresa opera en áreas dentro de las fronteras del país, pero fuera de la capital donde se encuentra constituida, deberá revelar dicha información.

Por lo anterior la empresa deberá tener un criterio bien establecido, que ante todo prevalezca y fundamente el porqué se venderá en ciertas áreas geográficas; esto puede ser, ya sea por el tipo de clientes en el área (atendiendo a su capacidad de consumo), la oportunidad de acceso de los consumidores (capacidad de adquisición), clima, y cualesquiera otros factores que afecten el comercio.

Para efectos del presente estudio se aplicará la información geográfica que se debe revelar, al área de la capital (República de Guatemala) y sus diferentes Departamentos, en donde actualmente la empresa distribuye sus productos.

El objeto primordial del porqué informar sobre productos y áreas geográficas, es ser lo suficientemente revelativos en los estados financieros, ya que éstos por sí solos suelen ser muy escuetos y muchas veces los usuarios necesitan más información para tomar una decisión importante, a través de la cual la empresa pueda salir beneficiada.

CAPÍTULO IV

INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE SALSAS Y ADEREZOS (caso práctico)

4.1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

4.1.1. OBJETIVOS

Alimentos M&F, S.A. desde su constitución tiene como objetivo principal, llegar a ser una empresa líder en la producción de salsas y aderezos, asimismo ampliar su distribución dentro y fuera de la Capital guatemalteca, alcanzando clientela a través de la calidad de sus productos.

4.1.2. MISIÓN Y VISIÓN

➤ Misión

Ser un equipo motivado por mantener el compromiso de alta satisfacción de su clientela a través de la elaboración de productos de excelente calidad a precios competitivos. Al mismo tiempo mantener una innovación continua de los productos y su calidad, reiterando a los colaboradores el compromiso de un crecimiento compartido.

➤ Visión

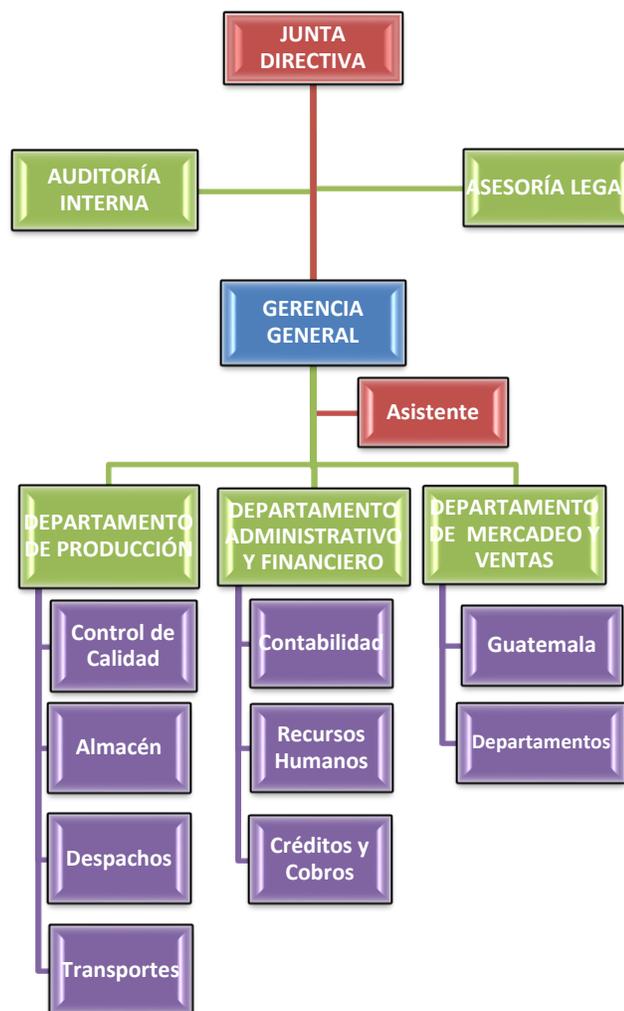
Ser una empresa de alimentos innovadora, líder nacional, ofreciendo a nuestros clientes productos de calidad superior y selecta variedad. Reuniendo un equipo motivado que comparta nuestra visión y así promover la satisfacción, desarrollo y crecimiento de nuestros clientes, nuestros colaboradores y nuestro país.

4.1.3. ORGANIZACIÓN

La empresa fue constituida bajo las leyes guatemaltecas vigentes, bajo el concepto de Sociedad Anónima por convenir a sus socios y por tiempo indefinido; así mismo, desde dicha constitución se tuvo el alcance de prepararla para cuando en Guatemala exista Casa de Bolsa y poder estar a la vanguardia con lo relacionado.

ORGANIGRAMA No. 2

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ALIMENTOS M&F, S.A.



FUENTE: Elaboración propia, con base a organización de Alimentos M&F, S. A.

4.1.4. ACTIVIDAD PRINCIPAL

La actividad principal y única de la empresa es producción de salsas y aderezos de alta calidad, y su distribución dentro de la República de Guatemala y algunos Departamentos.

4.1.5. SERVICIOS DE AUDITORÍA EXTERNA

De acuerdo a las operaciones de la empresa objeto de estudio y su necesidad de presentar información financiera de acuerdo a los lineamientos que dictan las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y especialmente lo que establece la Norma Internacional de Información Financiera número 8 (NIIF 8) “Segmentos de Operación”; los miembros de la Junta Directiva de Alimentos M&F, S.A. acordaron requerir los servicios profesionales de una Firma de auditoría para que emita opinión en cuanto la posibilidad que existe de presentar información financiera segmentada, de acuerdo a los lineamientos que prescribe la NIIF 8 a partir del 01 de enero del año 2012. Por lo anterior se enviaron las respectivas cartas de invitación a Firmas con altos niveles de prestigio, para que envíen las respectivas cotizaciones; acordando contratar aquella que esté en apego tanto al objetivo requerido como a las posibilidades de la entidad.

4.1.5.1. CARTA PROPUESTA DE SERVICIOS

Guatemala, 18 de agosto de 2012

Junta Directiva

Alimentos M&F, S. A.

Presente

Por medio de la presente queremos agradecer a ustedes, por la invitación realizada a nuestra Firma para cotizar los servicios de auditoría; de ser favorecidos con la aprobación de la presente propuesta, nuestro desempeño merecerá nuestro mayor esfuerzo. Con relación a la conversación sostenida en días pasados, a continuación precisamos a ustedes las bases sobre las que estamos en aptitud de proporcionar nuestros servicios profesionales en el área de auditoría, conforme a sus necesidades.

a. Objetivo

El objetivo principal del trabajo a desarrollar es por igual período, mediante la aplicación de razones financieras adaptables, para un mejor análisis financiero.

b. Alcance

Nuestro examen se efectuará de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría emitidas por la Consejo de Normas Internacionales de Auditoría (IASB) y en consecuencia, incluirá todas las pruebas que juzguemos oportunas en vista de las circunstancias. Dichas pruebas son de carácter selectivo y no necesariamente servirán para detectar todas las irregularidades que pudieran existir en la Compañía, sin embargo, tendríamos en mente esa posibilidad, que de presentarse las haríamos de su conocimiento inmediatamente. Nuestra opinión con respecto a la aplicación de la NIIF 8, se emitirá con plena independencia de la Compañía y será el resultado de la aplicación de las pruebas respectivas.

Al aceptar la presente propuesta de servicios ustedes se comprometen a suministrar todos los registros y la documentación e información que solicitemos en relación a nuestra auditoría. Las respuestas a nuestro análisis y los resultados de nuestras pruebas comprenden la evidencia sobre la cual formaremos nuestra opinión de auditoría sobre la aplicación de la NIIF 8 en las operaciones de Alimentos M&F, S.A. por el período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2012.

Aún cuando nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre lo requerido es entendido y convenido que la administración de la Compañía tiene la responsabilidad por los estados financieros. La administración también es responsable por la adopción de políticas de contabilidad adecuadas y de la implementación de un sistema de contabilidad y de control interno que garanticen la confiabilidad de los estados financieros y que ofrezcan una seguridad razonable, pero no absoluta, de que no ocurran errores o irregularidades que puedan tener un impacto significativo sobre los estados financieros tomados en conjunto.

c. Metodología del trabajo

El trabajo se llevaría a cabo de acuerdo al siguiente programa:

- El trabajo a desarrollar y el tiempo a emplear por personal de esta Firma, dependerá en forma primordial y definitiva de la cooperación que tengamos por parte del personal encargado de la contabilidad de la Compañía y de su dirección, incluyendo la preparación de algunos análisis y que estimamos no justifiquen inversión de tiempo por nuestra parte.
- En su oportunidad, fijaríamos de común acuerdo la forma y plazos en que nos serían proporcionados los datos e informes necesarios para el desarrollo de nuestro trabajo profesional, con el propósito de estar en condiciones de entregar nuestro informe con la mayor oportunidad.
- Contando con los elementos anteriores, nuestra visita se llevará a cabo en el mes de febrero 2013, fecha en la que consideramos ya se tendrán los estados financieros requeridos al 31 de diciembre de 2012.

d. Informes

Como resultado de nuestra auditoría se entregarían los siguientes documentos:

- Dictamen del auditor independiente.
- Informe de deficiencias importantes de control interno en referencia a la producción y distribución de los productos.

e. Equipo de trabajo

Nuestro equipo de trabajo se encuentra integrado por un socio y un gerente que son los responsables de atender al cliente a alto nivel, analizar el enfoque de trabajo más apropiado y elaborar los informes convenidos, asistidos por miembros del staff profesional que cumplan con el perfil y la experiencia para satisfacer las necesidades de cada cliente. Para Alimentos M&F, S. A. hemos designado el siguiente equipo:

- Socio: Olga Guadalupe Martínez Fuentes
- Gerente: Allan Fernando Palma Barrios

f. Honorarios

Por el servicio de auditoría, nuestros honorarios profesionales ascenderían a Q25,000 más IVA.

El valor de nuestros servicios incluye los gastos relacionados directamente con la ejecución del trabajo, los cuales entre otros, incluirán gastos de reproducción de reportes, correo, telecomunicaciones y otros incurridos en el desarrollo del trabajo.

Agradeciendo su atención y confianza quedamos de ustedes para cualquier aclaración referente a la presente.

Atentamente,

Olga G. Martínez Fuentes
Reyes Ochoa & Asociados

4.1.5.2. CARTA COMPROMISO

Guatemala, 5 de septiembre de 2012

Junta Directiva

Alimentos M&F, S. A.

Presente

Nos han solicitado ustedes efectuar un análisis a cada uno de los productos que actualmente fabrican y distribuyen dentro y fuera de la Capital guatemalteca, con el propósito de evaluar su rendimiento individual, márgenes de rentabilidad y situación financiera actual; posteriormente emitir opinión de la factibilidad que existe de presentar información financiera segmentada, de acuerdo a los lineamientos que prescribe la Norma Internacional de Información Financiera número 8 “Segmentos de Operación”. Por medio de la presente, nos complace confirmar nuestra aceptación y nuestro entendimiento de este trabajo de auditoría. Realizaremos nuestra auditoría con el objetivo de expresar nuestra opinión sobre este aspecto

Realizaremos nuestra auditoría de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría (NIA). Dichas normas requieren que cumplamos con los requerimientos éticos y planeemos y realicemos nuestra auditoría para obtener seguridad razonable sobre si los estados financieros están libres de error de importancia relativa. Una auditoría implica la realización de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones. Los procedimientos a desarrollar dependen del criterio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de error de importancia relativa, ya sea debido a fraude o error. Una auditoría también incluye evaluar la propiedad de las políticas de contabilidad que se usan y lo razonable de las estimaciones contables hechas por la administración, así como evaluar la presentación.

Debido a las limitaciones inherentes de una auditoría, junto con las limitaciones inherentes de control interno, hay un riesgo inevitable de que errores de importancia relativa no puedan detectarse, aunque la auditoría sea planeada y realizada de manera adecuada de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría.

Al hacer nuestra evaluación del riesgo, consideramos el control interno relevante para diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en las circunstancias, pero no para el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. Sin embargo, les comunicaremos por escrito respecto a deficiencias importantes en el control interno que hayamos identificado durante la auditoría.

Nuestra auditoría se conducirá sobre la base de que la administración reconoce y entiende que tiene responsabilidad:

- a. Sobre la elaboración y presentación razonable de los estados financieros de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera.
- b. Sobre el control interno que tiene establecido para la producción y distribución de sus productos, ya sea debido a fraude o error; y
- c. De proporcionarnos:
 - 1) Acceso a toda información de la cual tenga conocimiento que es relevante para la preparación de nuestro análisis, como registros, documentación y otros asuntos.
 - 2) Información adicional que podamos solicitar para fines de la auditoría.
 - 3) Acceso sin restricción a personas dentro de la entidad de quienes consideremos necesario obtener evidencia de auditoría.

Como parte de nuestro proceso de auditoría solicitaremos, confirmación escrita concerniente a declaraciones que nos expongan en relación a la auditoría.

Por el servicio de auditoría de la compañía Alimentos M&F, S. A., nuestros honorarios profesionales ascenderán a Q25,000 más IVA., el cual será facturado de la siguiente

forma: el 25% en el mes de diciembre de 2012, el 50% en el mes de febrero de 2013 y el 25% restante al entregar los informes.

Al finalizar la auditoría emitiremos un dictamen que incluirá nuestra opinión sobre la factibilidad que existe en Alimentos M&F, S.A. de presentar información financiera segmentada, de acuerdo a los lineamientos que prescribe la Norma Internacional de Información Financiera número 8 (NIIF 8) "Segmentos de Operación". La forma y contenido de nuestro dictamen puede necesitar modificarse a la luz de nuestros resultados de auditoría.

Además entregaremos una carta por separado, referente a las debilidades importantes de control interno que vengan a nuestra atención.

Favor de firmar y devolver la copia adjunta de esta carta para indicar su acuse de recibo y su acuerdo con los arreglos para nuestra auditoría, incluyendo nuestras respectivas responsabilidades.

Atentamente,

Olga G. Martínez Fuentes
Reyes Ochoa & Asociados

Recibido:

Ing. Harim Samayoa
Gerente General
Alimentos M&F, S. A.

4.1.6. INFORMACIÓN Y DESARROLLO DEL CASO

A continuación se presenta la información general de Alimentos M&F, S.A. sobre la que se realizará el análisis de información por segmentos con el objeto de determinar el rendimiento individual de sus productos, situación financiera y márgenes de rentabilidad; dicha información comprende el período del 01 de enero al 31 de diciembre 2012. El análisis de información financiera se realiza conforme las estándares internacionales descritos en la Norma Internacional de Información Financiera número 8 “Segmentos de Operación”.

Se consideró que para efectos del análisis de la información financiera por segmentos, de la presente tesis, los segmentos geográficos se presentarán por regiones y los segmentos de negocio se presentarán por familias de productos; cuya integración es la siguiente:

CUADRO No. 11

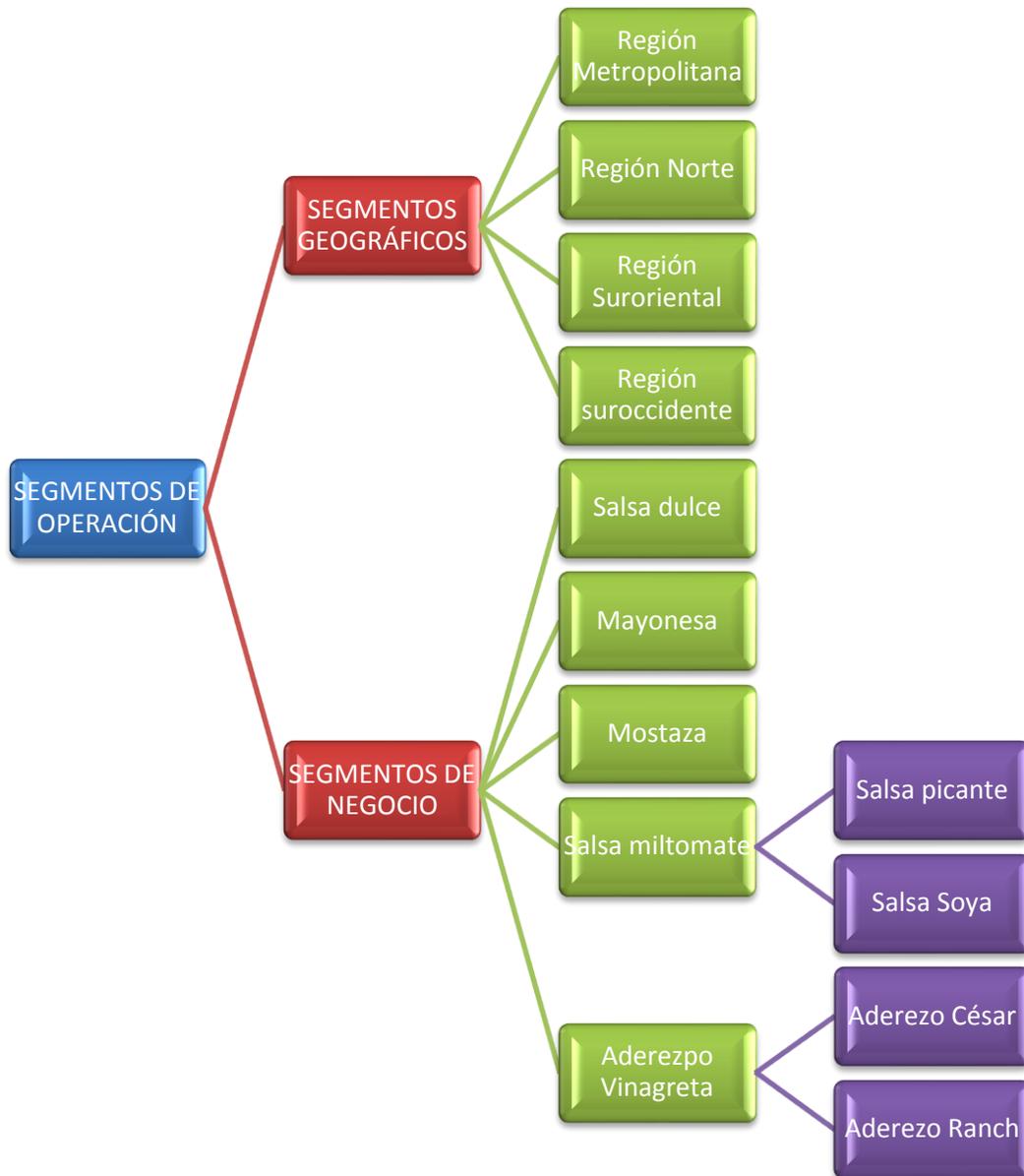
Descripción de segmentos ALIMENTOS M&F, S.A.

Segmento de negocio	Segmento geográfico
Salsa dulce	Región Metropolitana
Mayonesa	
Mostaza	
Salsa miltomate	Región Norte
Salsa picante	
Salsa soya	
Aderezo vinagreta	Región Suroriental
Aderezo césar	
Aderezo ranch	Región Suroccidente
Mermelada	Otros menores

FUENTE: Elaboración propia según segmentos de Alimentos M&F, S.A.

ORGANIGRAMA No. 3

ORGANIZACIÓN DE SEGMENTOS – ALIMENTOS M&F, S. A.



FUENTE: Elaboración propia en base a grupos de segmentos de Alimentos M&F, S.A.

Cabe mencionar que únicamente para efectos del presente estudio el análisis de segmentación se realizará solamente sobre el estado de situación financiera y el estado de resultados del periodo 2012, no obstante fuera de lo anterior es aplicable al juego completo de estados financieros.

4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

El análisis de las razones financieras de la empresa es una de las formas de medir y evaluar el funcionamiento de la misma; vale la pena resaltar que un buen análisis puede otorgar la seguridad de mantener la empresa vigente y con excelentes índices de rentabilidad (que es lo que se busca).

4.2.1. RAZONES FINANCIERAS AL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El tomar las razones financieras al estado de situación financiera permite tomar decisiones asertivas a quienes están interesados en la empresa por diversas razones.

Los datos del Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre 2012, son los siguientes

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

ACTIVO NO CORRIENTE

Propiedad, Planta y Equipo	211,120	15%
----------------------------	---------	-----

ACTIVO CORRIENTE

1,150,590

Inventarios	429,100	31%
Cuentas por cobrar	556,160	41%
Caja y Bancos	88,580	7%
Impuestos pagados por anticipado	65,860	5%
Otros activos corriente	10,890	1%

Suma del activo

	1,361,710	100%
--	------------------	-------------

PATRIMONIO Y PASIVO**PATRIMONIO**

561,040 41%

Capital (acciones)	14,630	
Utilidades período anterior (acum)	302,370	
Utilidad del período	231,490	
Reserva Legal	12,550	

PASIVO NO CORRIENTE

621,830 46%

Préstamos	597,360	
Reserva para indemnizaciones	24,470	

PASIVO CORRIENTE

178,840 13%

Cuentas por pagar	101,450	
Prestaciones Laborales por pagar	7,620	
Otros pasivos	69,770	

Suma igual activo

	1,361,710	100%
--	------------------	-------------

FUENTE: Elaboración propia, en base a datos reales de Alimentos M&F, S.A.

✓ Liquidez corriente (Índice de Solvencia)

$$IS = \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} = \frac{1,150,590}{178,840} (=) 6.43$$

La liquidez corriente con que cuenta la empresa es de Q 6.43 por Q 1.00, es decir que por cada Q 1.00 que la entidad debe, le quedan Q 5.43 de capital de trabajo, lo cual nos indica que cuenta con capacidad de saldar las obligaciones contraídas a corto plazo y demuestra que la solvencia de la entidad es alta en sus operaciones y en su rama dentro de la industria.

✓ Razón rápida ó Prueba ácida

$$\text{ÁCIDO} = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}} = \frac{1,150,590 - 429,100}{178,840} (=) 4.03$$

La capacidad de pago inmediato de la empresa es de Q 4.03 por Q 1.00, lo que indica que las deudas a corto plazo se encuentran cubiertas; suponiendo que en la actualidad se debiera pagar la totalidad de los pasivos corrientes con la disponibilidad inmediata (caja, bancos, clientes) que tiene la entidad, se obtuvo que efectivamente tiene esa capacidad y se encuentra en disposición de cubrir con el pago de compromisos contraídos. Esta prueba indica con mayor puntualidad la disponibilidad inmediata para el pago de deudas a corto plazo, ya que no se incluyen los inventarios.

✓ Rotación de Inventarios

$$\text{Inv. Inicial} + \text{Inv. Final} = \frac{100,220 + 429,100}{2} (=) 264,660$$

$$RI = \frac{\text{Costo de lo vendido}}{\text{Inventario}} = \frac{873,120}{264,660} (=) 3.30$$

El inventario se rota 3.3 veces en el año, lo que indica eficiencia en la administración de las existencias, aunque no es un índice muy alto, tampoco demuestra que los productos se detienen mucho tiempo para venderlos. Actualmente el promedio de la industria es de 3, lo que indica que la empresa se encuentra dentro de ese promedio, no obstante se deberá implementar estrategias para aumentar este índice.

✓ Plazo promedio de inventario

$$\text{PPI} = \frac{\text{Año comercial}}{\text{Rotación de Inventario}} = \frac{365}{3.30} = 111$$

En promedio pasan 111 días antes que el inventario se convierta en cuentas por cobrar mediante las ventas. Con el índice anterior se obtuvo que Alimentos M&F; S.A. se encuentra dentro del promedio aceptado comparado con el promedio actual de la industria siendo eficiente para rotar su inventario.

✓ Rotación de cuentas por cobrar

$$\text{RCC} = \frac{\text{Vtas. Anuales al crédito}}{\text{Cuentas por Cobrar}} = \frac{592,223}{556,160} (=) 1$$

Actualmente las ventas al crédito son el 45% del total de las ventas de la entidad por lo que la rotación de las cuentas por cobrar es de 1 vez al año, significa que serán recuperadas las cuentas por cobrar una sola vez en el transcurso de ese año. El promedio en la industria es de 8 veces, índice que demuestra que Alimentos M&F, S.A. es deficiente en la recuperación de dichas cuentas. Esto puede ser un indicador que se debe cambiar la política de cobros y de algunas cuentas incobrables que permanezcan dentro de las cuentas por cobrar en forma inmediata.

✓ Período promedio de cobro

$$\text{PPC} = \frac{\text{Ventas}}{365} = \frac{1,316,050}{365} (=) 3,606$$

$$\text{PPC} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas diarias promedio}} = \frac{556,160}{3,606} (=) 154$$

154 días es el número promedio en que las cuentas por cobrar permanecen pendientes de cobro para la empresa, indicador que demuestra la tardanza de la administración para cobrar a los clientes, debiendo eficientar dicho proceso a través de la implementación de un proceso efectivo de cobro.

✓ Rotación de activos totales

$$\text{RAT} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}} = \frac{1,316,050}{1,361,710} (=) 1$$

La rotación del activo total es de 1 vez durante el año; esta rotación indica la eficiencia relativa con que la empresa utiliza sus activos totales para generar ventas, por tanto es claro que la empresa genera más utilidad de ventas por Q 1.00 de inversión en activos totales.

✓ Endeudamiento

$$\text{IE} = \frac{\text{Total de Pasivos}}{\text{Total de Activos}} = \frac{800,670}{1,361,710} (=) 0.59$$

El 59% de los activos de la empresa están financiados con deuda, (de varios tipos), mientras que el 41% restantes de financiamiento provienen del capital de los accionistas; es decir que por cada Q 1.00 del activo Q 0.59 es capital ajeno, por lo que la empresa es dueña de Q 0.41.

✓ Solidez

$$\text{Solidez} = \frac{\text{Total de Activos}}{\text{Total de Pasivos}} = \frac{1,361,710}{800,670} (=) 1.70$$

En el año 2012 la empresa tuvo Q 0.70 centavos más de activos por cada Q 1.00 de pasivo. El óptimo indica que debe ser mayor a 1, si es igual a 1 significa que la empresa ya no tiene capital; y si fuera menor que 1 es porque existe una pérdida.

Por lo anterior, es oportuno mencionar que la aplicación de razones financieras se hizo de acuerdo a sus operaciones y con el objeto de medir la eficiencia y comportamiento hasta hoy en día de Alimentos M&F, S.A.; ya que al aplicarlas nos mostraron una perspectiva amplia de la situación financiera, permitiendo tomar las mejores decisiones en conveniencia de la entidad procurando su vigencia y altos índices de rentabilidad.

A continuación el Estado de Resultados del período comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2012:

ESTADO FINANCIERO No. 7

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

Ventas	1,316,050	100%
(-) Costo de Ventas	873,120	66%
Utilidad Bruta	442,930	34%
GASTOS DE OPERACIÓN	198,890	15%
Gastos administrativos	52,420	
Gastos de ventas	146,470	
Utilidad en operación	244,040	19%
OTROS GASTOS Y PRODUCTOS	(12,550)	1%
Otros gastos	(14,120)	
Otros productos	1,570	
Utilidad del ejercicio	231,490	18%

FUENTE: Elaboración propia, en base a datos reales de Alimentos M&F, S.A.

4.2.2. RAZONES FINANCIERAS AL ESTADO DE RESULTADOS

Para el análisis del Estado de Resultados, las ventas netas siempre van a representar el 100% y el resto de porcentajes se calculan en relación al mismo. Para iniciar es importante determinar el grado de participación del costo de ventas:

- ✓ Participación del Costo de Ventas

$$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas totales}} = \frac{873,120}{1,316,050} (=) 66\%$$

El costo de ventas representa un 66% de las ventas netas del período, con lo que se coloca arriba del mínimo ideal (60%), para un funcionamiento más óptimo. El índice anterior demuestra que habrá que reducir los costos para incrementar los márgenes de utilidad posteriores.

- ✓ Margen de Utilidad Bruta

$$\text{MUB} = \frac{\text{Vtas} - \text{Cto de vtas.}}{\text{Ventas totales}} = \frac{1,316,050 - 873,120}{1,316,050} (=) 34\%$$

El margen de utilidad bruta es el 34% restante para completar las ventas netas, lo que indica que es relativamente más eficiente para producir y vender sus productos por arriba del costo, basados en que la mediana de la industria está por debajo de este índice.

- ✓ Margen de Utilidad Operativa

$$\text{MUO} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}} = \frac{198,890}{1,316,050} (=) 15\%$$

El margen de utilidad operativa representa la utilidad de la operación de la empresa, que para el presente caso es del 15%, que representa el porcentaje de las utilidades

netas que gana la entidad en el valor de cada venta que realiza. No obstante dicho índice se puede mejorar mediante la toma de decisiones en cuanto a los gastos de operación.

✓ Margen de Utilidad Neta

$$\text{MUN} = \frac{\text{Ganancia disponible}}{\text{Ventas totales}} = \frac{231,490}{1,316,050} (=)18\%$$

Luego de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos, la empresa cuenta con un Q 0.18 de ingreso neto por Q 1.00 de ventas (18%) que constituyen las utilidades después del impuesto. El margen actual aunque no denota deficiencia, puede mejorarse a través de la implementación de estrategias directamente en las ventas.

✓ Retorno sobre los Activos Totales

$$\text{RAP} = \frac{\text{Ganancia disponible}}{\text{Total de Activos}} = \frac{231,490}{1,361,710} (=)17\%$$

Del monto de los activos totales de la entidad se obtiene un rendimiento del 17%, actualmente en comparación con la mediana de la industria (7.8%), es notable que se encuentra por encima del promedio, evidenciando eficiencia en la administración de sus activos.

4.3. IDENTIFICACIÓN DE SEGMENTOS

A continuación se inicia el proceso de segmentación para un mejor análisis financiero, en el siguiente orden:

Identificación preliminar

4.3.1 Segmentos de negocio

4.3.2 Segmentos geográficos

4.4 Principios cuantitativos

4.4.1 Identificación de segmentos sobre los que se informará

4.5 Elaboración de Estados Financieros segmentados

4.6 Razones financieras

4.3.1. SEGMENTOS DE NEGOCIO

A continuación se presentan los productos agrupados por segmentos de negocio, cada segmento contiene la totalidad de sus ventas durante el período.

CUADRO No. 12

Integración de ventas - segmentos de negocio Alimentos M&F, S.A.

	SEGMENTO DE NEGOCIO	VENTAS	%
1	Salsa dulce	Q 776,470	59
2	Mayonesa	Q 144,766	11
3	Mostaza	Q 131,605	10
4	Salsa miltomate	Q 78,963	6
5	Salsa picante	Q 65,803	5
6	Salsa soya	Q 39,482	3
7	Aderezo vinagreta	Q 26,321	2
8	Aderezo César	Q 26,321	2
9	Aderezo ranch	Q 13,161	1
10	Mermelada	Q 13,161	1
TOTAL		Q 1,316,050	100

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a las ventas por segmento

Los productos arriba descritos son los que la empresa actualmente trabaja (produce y distribuye), siendo hasta la fecha generadores de ingresos considerables a la misma; en su mayoría han demostrado un buen rendimiento y aceptación por parte de la

clientela; no obstante se estudiarán más a detalle para saber hasta qué punto su producción y distribución a las distintas regiones resulta rentable para la Sociedad Anónima, y posteriormente proceder a tomar decisiones que coadyuven al progreso de la misma.

4.3.2. SEGMENTOS GEOGRÁFICOS

Alimentos M&F, S.A. cuenta con ventas en varios Departamentos de la República de Guatemala, para efectos del presente estudio los segmentos se dividieron por regiones geográficas, mismas que corresponden a los Departamentos respectivos.

CUADRO No. 13

Integración de ventas - segmentos geográficos Alimentos M&F, S.A.

SEGMENTO DE NEGOCIO	DEPARTAMENTO	VENTAS	%
Región Metropolitana	Guatemala	Q 684,346	52
Región Norte	Petén	Q 263,210	20
Región Suroriental	Jutiapa	Q 236,889	18
Región suroccidente	Escuintla	Q 92,124	7
Otros menores	Aldeas Escuintla	Q 39,482	3
TOTAL		<u>Q 1,316,050</u>	100

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a las ventas por segmento

El total de ingresos por regiones geográficas, se describe a continuación:

CUADRO No. 14

Integración ingresos de los segmentos de Alimentos M&F, S.A.

	SEGMENTO	Región Metropolitana	Región Norte	Región Suroriental	Región suroccidente	Otros menores
1	Salsa Dulce	Q 171,087	Q 57,906	Q 54,484	Q 22,110	Q 8,291
2	Mayonesa	Q 143,713	Q 50,010	Q 47,378	Q 20,267	Q 7,896
3	Mostaza	Q 109,495	Q 44,746	Q 42,640	Q 17,504	Q 7,107
4	Salsa Miltomate	Q 88,965	Q 39,482	Q 37,902	Q 14,740	Q 4,738
5	Salsa picante	Q 68,435	Q 28,953	Q 18,951	Q 8,291	Q 3,948
6	Salsa Soya	Q 34,217	Q 15,793	Q 11,844	Q 4,606	Q 3,553
7	Aderezo vinagreta	Q 20,530	Q 10,528	Q 9,476	Q 1,842	Q 2,369
8	Aderezo César	Q 27,374	Q 7,896	Q 7,107	Q 922	Q 790
9	Aderezo ranch	Q 13,687	Q 5,264	Q 4,738	Q 921	Q 395
10	Mermeladas	Q 6,843	Q 2,632	Q 2,369	Q 921	Q 395
TOTAL		Q 684,346	Q 263,210	Q 236,889	Q 92,124	Q 39,482

GRAN TOTAL

Q 1,316,050

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a los ingresos por segmento

4.3.3. INTEGRACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Tanto las ventas, costo de ventas, gastos de operación y otros gastos y productos, se encuentran integrados de la siguiente manera:

✓ *Segmentos de negocio*

CUADRO No. 15

Integración de costos y gastos de los segmentos de negocio - Alimentos M&F, S.A.

SEGMENTO DE NEGOCIO	VENTAS	COSTO DE VENTAS	GASTOS DE OPERACIÓN	OTROS GASTOS Y PRODUCTOS	UTILIDAD
Salsa Dulce	Q 776,470	Q 462,754	Q 83,534	Q 6,526	Q 127,320
Mayonesa	Q 144,766	Q 96,043	Q 23,867	Q 1,381	Q 20,834
Mostaza	Q 131,605	Q 69,850	Q 21,878	Q 1,130	Q 18,519
Salsa miltomate	Q 78,963	Q 61,118	Q 17,900	Q 879	Q 16,204
Salsa picante	Q 65,803	Q 52,387	Q 13,922	Q 753	Q 13,889
Salsa soya	Q 39,481	Q 43,656	Q 11,933	Q 628	Q 11,575
Aderezo vinagreta	Q 26,321	Q 34,925	Q 9,945	Q 502	Q 2,315
Aderezo César	Q 26,320	Q 26,194	Q 7,956	Q 376	Q 9,260
Aderezo ranch	Q 13,161	Q 17,462	Q 5,967	Q 250	Q 6,945
Mermelada	Q 13,160	Q 8,731	Q 1,988	Q 125	Q 4,629
TOTAL	Q 1,316,050	Q 873,120	Q 198,890	Q 12,550	Q 231,490

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a los costos y gastos por segmento

✓ Segmentos geográficos

CUADRO No. 16

Integración de costos y gastos de los segmentos geográficos - Alimentos M&F, S.A

No.	SEGMENTOS GEOGRÁFICOS	DEPARTAMENTO	VENTAS	COSTO DE VENTAS	GASTOS DE OPERACIÓN	OTROS GASTOS Y PRODUCTOS	UTILIDAD
1	Región Metropolitana	Guatemala	Q 684,346	Q 392,904	Q 95,467	Q 5,522	Q127,320
2	Región Norte	Petén	Q 263,210	Q 192,086	Q 49,723	Q 2,761	Q 67,132
3	Región Suroriental	Jutiapa	Q 236,889	Q 165,893	Q 35,800	Q 2,134	Q 23,149
4	Región suroccidente	Escuintla	Q 92,124	Q 87,312	Q 11,933	Q 1,130	Q 9,260
5	Otros menores	Aldeas Escuintla	Q 39,481	Q 34,925	Q 5,967	Q 1,003	Q 4,629
TOTAL			Q 1,316,050	Q 873,120	Q 198,890	Q 12,550	Q 231,490

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a los costos y gastos por segmento

4.4. PRINCIPIOS CUANTITATIVOS

Basados fundamentalmente en lo prescrito por la NIIF 8, y lo anteriormente descrito en el capítulo precedente; se aplicarán dichas reglas para establecer o formar un segmento en el presente caso, aplicando las pruebas pertinentes y obtener con certeza dichos segmentos.

SEGMENTOS DE NEGOCIO

4.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS SEGMENTOS SOBRE LOS QUE SE DEBE INFORMAR

A continuación se realizarán las pruebas necesarias para identificar los segmentos que cumplen con los principios cuantitativos antes mencionados.

4.4.1.1. Las ventas del segmento deben ser el 10% del total.

CUADRO No. 17

Prueba de ventas – segmentos de negocio

SEGMENTO DE NEGOCIO	VENTAS	%	CUMPLE COMO SEGMENTO
Salsa dulce	Q 776,470	59	✓
Mayonesa	Q 144,766	11	✓
Mostaza	Q 131,605	10	✓
Salsa miltomate	Q 78,963	6	✗
Salsa picante	Q 65,803	5	✗
Salsa soya	Q 39,482	3	✗
Aderezo vinagreta	Q 26,321	2	✗
Aderezo césar	Q 26,321	2	✗
Aderezo ranch	Q 13,161	1	✗
Mermelada	Q 13,161	1	✗

TOTAL Q 1,316,050 100

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a datos reales de los segmentos

Los segmentos que cumplen con la prueba (ingresos) son los de Salsa Dulce que representa el 59% del total de las ventas, el segmento de Mayonesa que representa el 11% del total de ventas y el segmento de mostaza que representa el 10% del total de las ventas; el resto se agrupará como “resto de segmentos”.

CUADRO No. 18

Integración de segmento de negocio

	VENTAS	%
Segmentos de Operación	Q 1,052,840	80
Resto de segmentos	Q 263,210	20

TOTAL Q 1,316,050 100

FUENTE: Elaboración propia

Integración resto de segmentos

CUADRO No. 19

Integración resto de segmento de negocio

RESTO DE SEGMENTOS	VENTAS	%
Salsa miltomate	Q 78,963.00	6
Salsa picante	Q 65,803.00	5
Salsa soya	Q 39,482.00	3
Aderezo vinagreta	Q 26,321.00	2
Aderezo césar	Q 26,321.00	2
Aderezo ranch	Q 13,161.00	1
Mermelada	Q 13,161.00	1
TOTAL	Q 263,210.00	20

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a datos de resto de segmentos

4.4.1.2. Los activos del segmento deben ser el 10% de los activos totales

CUADRO No. 20

Prueba de activos - segmentos de negocio

SEGMENTO DE NEGOCIO	ACTIVO NO CORRIENTE	%	ACTIVO CORRIENTE	%	CUMPLE COMO SEGMENTO
Salsa Dulce	Q 70,373	5.00	Q 392,554	29.00	
Mayonesa	Q 56,299	4.00	Q 284,263	21.00	
Mostaza	Q 28,149	2.00	Q 196,277	14.50	
Salsa Miltomate	Q 28,149	2.00	Q 81,219	6.00	
Salsa picante	Q 14,075	1.00	Q 60,914	4.50	
Salsa Soya	Q 6,756	0.48	Q 40,609	3.00	
Aderezo vinagreta	Q 3,519	0.25	Q 40,609	3.00	
Aderezo césar	Q 2,815	0.20	Q 27,073	2.00	
Aderezo Ranch	Q 844	0.06	Q 13,536	1.00	
Mermelada	Q 141	0.01	Q 13,536	1.00	

TOTAL Q 211,120 15.00 Q 1,150,590 85.00

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a los activos de los segmentos

El 85% se encuentra concentrado en el activo corriente, debido que la empresa no ha invertido en bienes inmuebles ni maquinaria nueva a la fecha, las instalaciones en las que se ubica son propias; el 15% restante se concentra en activos no corrientes, cuya distribución corresponde a los segmentos de mayor rentabilidad (en el numeral siguiente se muestra dicha rentabilidad), y que son los de mayor producción actualmente, al igual que la distribución en activos no corrientes.

Los primeros 3 segmentos superan la prueba del 10%, el resto se agrupará en “resto de segmentos”.

4.4.1.3. La utilidad del segmento debe ser por lo menos 10% de la utilidad total

CUADRO No. 21

Prueba de utilidad - segmentos de negocio

SEGMENTO DE NEGOCIO	UTILIDAD	%	CUMPLE COMO SEGMENTO
Salsa Dulce	Q 136,579	59	✓
Mayonesa	Q 25,464	11	✓
Mostaza	Q 23,149	10	✓
Salsa Miltomate	Q 13,889	6	✗
Salsa picante	Q 11,575	5	✗
Salsa Soya	Q 6,945	3	✗
Aderezo vinagreta	Q 4,630	2	✗
Aderezo César	Q 4,630	2	✗
Aderezo ranch	Q 2,315	1	✗
Mermelada	Q 2,315	1	✗
TOTAL	Q 231,490	100	

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a la utilidad por segmento

Como en los casos anteriores, los primeros 3 segmentos cumplen con el principio cuantitativo.

Por lo antes expuesto, la NIIF 8 instruye a que la sumatoria de las ventas de los segmentos que cumplieron con los umbrales cuantitativos, deben ser por lo menos el 75% de las ventas; caso contrario se deberán incluir las menores (en este caso de los que se agruparon en “resto de segmentos” al 10% hasta alcanzar el 75).

La suma de todos los segmentos de negocio representan el 100% de las ventas netas, en el presente caso práctico se analizarán los primeros 3 segmentos ya que representan el 80% del total de las ventas.

Quedando la agrupación como sigue:

CUADRO No. 22

Segmentos de negocio principales Alimentos M&F, S.A.

SEGMENTO DE NEGOCIO	VENTAS	%
Salsa dulce	Q 776,470	59
Mayonesa	Q 144,766	11
Mostaza	Q 131,605	10
TOTAL	Q 1,052,840	80

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a ventas de segmentos principales

SEGMENTOS GEOGRÁFICOS

4.4.2. IDENTIFICACION DE LOS SEGMENTOS SOBRE LOS QUE DEBE INFORMARSE

Como anteriormente se realizó con los segmentos de negocio, igualmente se realizarán las pruebas con los segmentos geográficos y determinar aquellos segmentos sobre los que se debe informar.

4.4.2.1. Las ventas del segmento deben ser el 10% del total.

CUADRO No. 23

Integración de ventas segmentos geográficos Alimentos M&F, S.A.

SEGMENTO GEOGRAFICO		VENTAS	%	CUMPLE COMO SEGMENTO
Región Metropolitana	Q	684,346	52	✓
Región Norte	Q	263,210	20	✓
Región Suroriental	Q	236,889	18	✓
Región suroccidente	Q	92,124	7	✗
Otros menores	Q	39,482	3	✗

TOTAL Q 1,316,050 100

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a las ventas por segmento

Los segmentos geográficos que cumplen, son los de la región metropolitana, que representa el 52% del total de las ventas, el de la región norte que representa el 20% del total de ventas y el de la región suroriental que representa el 18% del total de las ventas, el resto se agrupará como “resto de segmentos”.

CUADRO No. 24

Integración de segmentos geográficos Alimentos M&F, S.A.

		VENTAS	%
Segmentos de Operación	Q	1,184,445	90
Resto de segmentos	Q	131,605	10

TOTAL Q 1,316,050 100

FUENTE: Elaboración propia

Integración resto de segmentos

CUADRO No. 25

Integración resto de segmentos geográficos Alimentos M&F, S.A.

RESTO DE SEGMENTOS	VENTAS		%
Región suroccidente	Q	92,124	7
Otros menores	Q	39,482	3

TOTAL Q 131,605 10

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a datos del resto de segmentos

4.4.2.2. Los activos del segmento deben ser el 10% de los activos totales

CUADRO No. 26

Prueba de activos – segmentos geográficos

SEGMENTO GEOGRÁFICO	ACTIVO NO CORRIENTE	%	ACTIVO CORRIENTE	%	CUMPLE COMO SEGMENTO
Región Metropolitana	Q 84,448	6.00	Q 433,163	32.00	✓
Región Norte	Q 56,299	4.00	Q 379,018	28.00	✓
Región Suroriental	Q 35,187	2.50	Q 175,973	13.00	✓
Región suroccidente	Q 21,112	1.50	Q 94,754	7.00	✗
Otros menores	Q 14,075	1.00	Q 67,681	5.00	✗

TOTAL Q 211,121 15.00 Q 1,150,589 85.00

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a los activos de los segmentos

La asignación de estos porcentajes corresponde a una política que la empresa tiene, de asignar a sus segmentos principales la mayor parte de sus activos, tanto corrientes como no corrientes; ya que son los que están aportando la mayor cantidad de ganancias a la Sociedad Anónima. 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, no obstante, se debe buscar un método razonable y que se ajuste a la visión de la empresa.

4.4.2.3. La utilidad del segmento debe ser por lo menos 10% de la utilidad total

CUADRO No. 27

Prueba de activos – segmentos geográficos

SEGMENTO GEOGRÁFICO	UTILIDAD	%	CUMPLE COMO SEGMENTO
Región Metropolitana	Q 127,320	55	✓
Región Norte	Q 67,132	29	✓
Región Suroriental	Q 23,149	10	✓
Región suroccidente	Q 9,260	4	✗
Otros menores	Q 4,629	2	✗
TOTAL	Q 231,490	100	

FUENTE: Elaboración propia de acuerdo a la utilidad de los segmentos

4.5. ESTADOS FINANCIEROS SEGMENTADOS

Posteriormente a la segmentación precedente, como antes se mencionó, para efectos de la presente tesis y respectivo análisis únicamente se elaborarán el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados.

4.5.1. SEGMENTOS DE NEGOCIO

ESTADO FINANCIERO No. 8

4.5.1.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

DESCRIPCION	SEGMENTOS				TOTAL
	Salsa Dulce	Mayonesa	Mostaza	Resto de Segmentos	
ACTIVO					
Activo no corriente	70,373	56,299	28,149	56,299	211,120
Activo corriente	392,554	284,263	196,277	277,496	1,150,590
Total	462,927	340,562	224,426	333,795	1,361,710
PASIVO Y PATRIMONIO					
PATRIMONIO					
Capital (acciones)	6,145	2,780	1,902	3,803	14,630
Utilidades período anterior	120,948	54,427	42,332	84,663	302,370
Utilidad del período	74,077	46,298	32,409	78,706	231,490
Reserva Legal	4,393	2,636	1,883	3,638	12,550
Total	205,563	106,141	78,526	170,810	561,040
PASIVO					
Pasivo no corriente	350,967	108,345	56,345	106,173	621,830
Pasivo corriente	73,260	41,074	28,954	35,552	178,840
Total	424,227	149,419	85,299	141,725	800,670
Total Pasivo y Patrimonio	629,790	255,560	163,825	312,535	1,361,710

FUENTE: Elaboración propia, en base a segmentos de Alimentos M&F, S.A.

Anteriormente se indica la asignación de activos a los segmentos; el cuadro precedente ilustra dicha asignación y refleja los 3 segmentos principales cuya rentabilidad está siendo favorable a las operaciones de la empresa.

ESTADO FINANCIERO No. 9

4.5.1.2. ESTADO DE RESULTADOS

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE RESULTADOS POR SEGMENTOS DE NEGOCIO
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

DESCRIPCION	SEGMENTOS				TOTAL
	Salsa Dulce	Mayonesa	Mostaza	Resto de Segmentos	
Ventas	776,470	144,766	131,605	263,209	1,316,050
(-) Costo de Ventas	462,754	96,043	69,850	244,473	873,120
Utilidad Bruta	313,716	48,723	61,755	18,736	442,930
<u>(-)Gastos de Operación</u>					
Gastos administrativos	21,719	6,205	5,688	18,099	51,711
Gastos de Ventas	61,815	17,662	16,190	51,512	147,179
Utilidad en Operación	230,182	24,856	39,877	-50,875	244,040
<u>(+/-)Otros gastos y Productos</u>					
Otros gastos	(7,339)	(1,551)	(1,270)	(3,952)	(14,112)
Otros productos	816	173	142	431	1,562
Utilidad antes del Impuesto	223,659	23,478	38,749	-54,396	231,490

FUENTE: Elaboración propia, en base a segmentos de Alimentos M&F, S.A.

El cuadro precedente ilustra la asignación de los gastos administrativos y de ventas, cuya diferencia revela que actualmente los gastos de ventas superan a los de administración, debido a que el reparto en el interior de la República ha incrementado considerablemente; estos requieren mayores gastos de combustible, pago de viáticos a los empleados, inclusive los gastos en publicidad superan a los del territorio nacional, entre otros; por lo anterior dicha asignación es razonable.

4.5.2. SEGMENTOS GEOGRAFICOS

ESTADO FINANCIERO No. 10

4.5.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS GEOGRÁFICOS
AL 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

DESCRIPCION	SEGMENTOS				TOTAL
	Región Metropolitana	Región Norte	Región suroriental	Resto de Segmentos	
ACTIVO					
Activo no corriente	84,448	56,299	35,187	35,187	211,121
Activo corriente	433,163	379,018	175,973	162,435	1,150,589
Total	517,611	435,317	211,160	197,622	1,361,710
PASIVO Y PATRIMONIO					
PATRIMONIO					
Capital (acciones)	6,584	4,682	1,756	1,608	14,630
Utilidades período anterior	157,232	75,593	30,237	39,308	302,370
Utilidad del período	127,320	60,187	25,464	18,519	231,490
Reserva Legal	4,895	2,761	2,134	2,760	12,550
Total	296,031	143,223	59,591	62,195	561,040
PASIVO					
Pasivo no corriente	304,464	136,479	112,986	67,901	621,830
Pasivo corriente	74,854	46,126	24,951	32,909	178,840
Total	379,318	182,605	137,937	100,810	800,670
Total Pasivo y Patrimonio	675,349	325,828	197,528	163,005	1,361,710

FUENTE: Elaboración propia, en base a segmentos de Alimentos M&F, S. A.

ESTADO FINANCIERO No. 11

4.5.2.2. ESTADO DE RESULTADOS

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE RESULTADOS POR SEGMENTOS GEOGRÁFICOS
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

DESCRIPCION	SEGMENTOS				TOTAL
	Región Metropolitana	Región Norte	Región suroriental	Resto de Segmentos	
Ventas	684,346	263,210	236,889	131,605	1,316,050
(-) Costo de Ventas	392,904	192,086	165,893	122,237	873,120
Utilidad Bruta	291,442	71,124	70,996	9,368	442,930
<u>(-)Gastos de Operación</u>					
Gastos administrativos	24,821	12,928	9,308	4,654	51,711
Gastos de Ventas	70,646	36,795	26,492	13,246	147,179
Utilidad en Operación	95,467	49,723	35,800	17,900	198,890
<u>(+/-)Otros gastos y Productos</u>					
Otros gastos	-6,212	-3,106	-2,400	-2,399	(14,117)
Otros productos	690	345	266	266	1,567
Utilidad antes del Impuesto	190,453	18,640	33,062	-10,665	231,490

FUENTE: Elaboración propia, en base a segmentos de Alimentos M&F, S.A.

4.6. ANÁLISIS POR RAZONES FINANCIERAS

Como resultado de la estructuración del Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados por segmentos (negocio y geográficos) de acuerdo a NIIF 8, analizaremos las razones financieras respectivas, para posteriormente compararlas con los índices y razones de cada segmento, presentadas a continuación:

4.6.1. RAZONES AL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE NEGOCIO

SOLVENCIA

La razón en Estados Financieros completos es Q.6.43

SEGMENTO	ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	RAZÓN
Salsa dulce	392,554	/	73,260	5.36
Mayonesa	284,263	/	41,074	6.92
Mostaza	196,277	/	28,954	6.78
Resto de Segmentos	277,496	/	35,552	7.81

La solvencia en general de la empresa es de Q 6.43 de activo corriente por Q 1.00 de pasivo corriente, cuenta con más de Q 5.00 derechos para cubrir obligaciones; al realizar el análisis sobre los tres segmentos principales, el de mayonesa es el que mayor capacidad de pago a corto plazo muestra, ya que cuenta con un amplio inventario y cuentas por cobrar, el segmento de mostaza aunque es menor se encuentra solvente con un 6.78 para cubrir obligaciones, no obstante el segmento de salsa dulce presenta un nivel más bajo de solvencia, sin embargo a nivel industria es bastante bueno ya que la razón media de la industria es de Q 2.10 por lo que Q 5.36 se encuentra por encima. En cuanto a los productos agrupados en “resto de segmentos”, presenta un grado alto de solvencia observándose que a nivel general dichos productos mantienen a la empresa sólida.

PRUEBA ÁCIDA (LIQUIDEZ)

La razón en Estados Financieros completos es Q.4.03

SEGMENTO	ACTIVO CORRIENTE		INVENTARIO		PASIVO CORRIENTE	RAZÓN
Salsa dulce	392,554	-	358,605	/	73,260	0.46
Mayonesa	284,263	-	59,427	/	41,074	5.47
Mostaza	196,277	-	64,841	/	28,954	4.54
Resto de Segmentos	277,496	-	126,920	/	35,552	4.24

Como la prueba anterior, la prueba ácida mide también la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo, únicamente que aquí se excluye el inventario porque la empresa no debería estar sujeta a vender su inventario para cubrir dichas obligaciones; actualmente esta razón es del Q 4.03 por uno a nivel total de la empresa. En el análisis individual de segmentos, el de mayonesa es el que más solvente se encuentra actualmente, ya que es al que mayor efectivo se le ha asignado, precedido por el segmento mostaza que muestran una baja en relación a su anterior, pero sigue siendo solvente en un nivel bastante razonable, el segmento de salsa dulce se encuentra con un nivel por debajo de los límites industriales (Q 1.10) imposibilitado de poder cubrir obligaciones, para lo cual se requerirá análisis profundo asignando más efectivo y subir el rendimiento u otra medida necesaria para aumentar el índice. En relación al “resto de segmentos” se tiene que en conjunto son relativamente solventes para afrontar las obligaciones.

ROTACIÓN DE INVENTARIOS
La rotación de inventarios en Estados Financieros completos es de 3.3 veces en el año

SEGMENTO	INV.FINAL		INV.INICIAL		PROMEDIO	COSTO	ROTACION
Salsa dulce	358,605	+	35,861	/ 2 =	197,233	/ 462,754	2.35
Mayonesa	59,427	+	7,726	/ 2 =	33,576	/ 96,043	2.86
Mostaza	64,841	+	3,890	/ 2 =	34,366	/ 69,850	2.03
Resto de Segmentos	126,920	+	114,987	/ 2 =	120,954	/ 244,473	2.02

Actualmente a nivel general la empresa se encuentra con un índice de 3.3; según análisis individual el segmento de mayonesa rota casi 3 veces su inventario, mientras que salsa dulce muestra una baja con un 2.35 veces en el año, mostaza únicamente rota 2.03 anualmente; estas cifras desfavorables muestran que la empresa está teniendo una mala administración en cuanto a las existencias de inventario (almacenamiento excesivo), reflejando esta característica también en los productos agrupados en “resto de segmentos”, debiéndose implementar nuevas estrategias para que esta rotación suba el número de veces anualmente y evitar gastos por almacenajes, descomposición de productos, compras innecesarias, etc.

ENDEUDAMIENTO

La razón en Estados Financieros completos es del 59%

SEGMENTO	TOTAL PASIVO	TOTAL ACTIVO	RAZÓN
Salsa dulce	424,227	/ 462,927	= 0.92%
Mayonesa	149,419	/ 340,562	= 0.44%
Mostaza	85,299	/ 224,426	= 0.38%
Resto de Segmentos	141,725	/ 333,795	= 0.42%

La empresa tiene comprometido sus segmentos a nivel general en un 59%. Los principales segmentos (sus activos totales) para cubrir sus obligaciones de financiamiento con terceros desde 38% 44% y 92% (mostaza, mayonesa y salsa dulce respectivamente), los productos agrupados en “resto de segmentos” cuentan con un nivel del 42% considerado razonable.

El nivel de endeudamiento de los segmentos mayonesa y mostaza es considerado razonable, ya que únicamente se les ha invertido lo necesario para mantenerse en sus niveles, mientras que al segmento de salsa dulce se le ha invertido en mayor cantidad para lograr mejores resultados en general, debiendo la empresa buscar opciones que solucionen sus niveles de ingresos y el rendimiento de sus activos, ya que el endeudamiento ocasiona un riesgo creciente porque los pagos financieros mayores obligan a la empresa a mantener un alto nivel de utilidades para continuar con la actividad productiva y si la empresa no pudiere cubrir estos pagos, puede verse obligada a cesar actividades por aquellos acreedores cuyas reclamaciones estén pendientes de ser solventadas.

SOLIDEZ

La razón en Estados Financieros completos es Q.1.70

SEGMENTO	TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO	RAZÓN
Salsa dulce	462,927	/ 424,227	= 1.09
Mayonesa	340,562	/ 149,419	= 2.28
Mostaza	224,426	/ 85,299	= 2.63
Resto de Segmentos	333,795	/ 141,725	= 2.36

Al realizar el análisis de solidez en general de la empresa, se observa que la cuenta con más de Q 1.00 de derechos para cubrir Q 1.00 de obligación; el equilibrio de esta prueba es Q 1.00 de derechos por Q 1.00 de obligación es por ello que se considera a la empresa solida respecto a sus tres segmentos principales, cabe mencionar que el segmento de mostaza es el que mejor solidez presenta, el más bajo o el que se encuentra en el límite es el de salsa dulce, pero no quiere decir que no esté cubierto el pasivo total, solo que con un equilibrio cercano. Los productos agrupados bajo el concepto “resto de segmentos” presentan un grado de solidez bueno y aceptable, por encima de lo esperado, ubicando a la empresa bajo un concepto de “sólida”.

4.6.2. RAZONES AL ESTADO DE RESULTADOS POR SEGMENTOS DE NEGOCIO

PARTICIPACION DEL COSTO DE VENTAS
La participación en Estados Financieros
completos es del 66%

SEGMENTO	COSTO	VENTAS	%
Salsa dulce	462,754	776,470	= 0.60%
Mayonesa	96,043	144,766	= 0.66%
Mostaza	69,850	131,605	= 0.53%
Resto de Segmentos	244,473	263,209	= 0.93%

La participación del costo de ventas a nivel general es del 66%, como se mostró al inicio del caso, mostrando un funcionamiento óptimo en las ventas de los productos, reflejado en los segmentos analizados individualmente como se muestra en el cuadro anterior, para salsa mostaza en un menor porcentaje 53%, salsa dulce 60% y mayonesa con el mayor de 66%. El resto de segmentos presentan un alto porcentaje en cuanto a costos, debiendo evaluar los riesgos que esto conlleva y tomar decisiones que ayuden a menguar tal situación.

MARGEN DE UTILIDAD BRUTA

El margen en Estados Financieros completos es del 34%

SEGMENTO	VENTAS	COSTO	VENTAS	%
Salsa dulce	776,470	- 462,754	/ 776,470	= 0.40%
Mayonesa	144,766	- 96,043	/ 144,766	= 0.34%
Mostaza	131,605	- 69,850	/ 131,605	= 0.47%
Resto de Segmentos	263,209	- 244,473	/ 263,209	= 0.07%

El margen de utilidad bruta es del 34% a nivel general de la empresa, indicador que la empresa es eficiente en su actividad principal (producir y vender), principalmente para la venta por encima del costo; como consecuencia el que mayor margen presenta es el de mostaza 47%, debido a la aceptación de dicho producto, seguido por el de salsa dulce con un 40% y el que menor margen presenta es del de mayonesa con un 34% que sigue siendo aceptable e indicador de venta por encima de costo. El grupo asignado en “resto de segmentos” presenta un muy bajo margen del 7%, cantidad que obliga a los financieros de la empresa al análisis exhaustivo acerca de cómo han sido fijados los precios, aceptación de dichos productos, etc. para la posterior toma de decisiones.

MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA

El Margen en Estados Financieros completos es del 15%

SEGMENTO	G.ADMON	G.VENTAS	VENTAS	%
Salsa dulce	21,719	+ 61,815	/ 776,470	= 10.76%
Mayonesa	6,205	+ 17,662	/ 144,766	= 16.49%
Mostaza	5,688	+ 16,190	/ 131,605	= 16.62%
Resto de Segmentos	18,100	+ 51,511	/ 263,209	= 26.45%

El margen de utilidad en operación a nivel general es del 15%, se presenta en un menor grado en el segmento de salsa dulce 10.76% ya que se ha invertido en gastos de ventas en mayor magnitud debido a bajas durante el período anterior, los segmentos de mostaza y mayonesa (16.65% y 16.49% respectivamente) muestran un margen aceptable, debido a que es imposible no incurrir en gastos administrativos y de ventas. Los productos agrupados en “resto de segmentos” presentan un porcentaje (26.45%) ya que sus gastos no son elevados debido a la aceptación de la clientela.

4.6.3. RAZONES AL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS GEOGRAFICOS

SOLVENCIA

La razón en Estados Financieros completos es Q.6.43

SEGMENTO/REGION	ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	RAZÓN
Metropolitana	433,163	/	74,854	= 5.79
Norte	379,018	/	46,126	= 8.22
Suroriental	175,973	/	24,951	= 7.05
Resto de Segmentos	162,436	/	32,909	= 4.94

PRUEBA ÁCIDA (LIQUIDEZ)

La razón en Estados Financieros completos es Q.4.03

SEGMENTO/REGION	ACTIVO CORRIENTE		INVENTARIO		PASIVO CORRIENTE	RAZÓN
Metropolitana	433,163	-	360,388	/	74,854	= 0.97
Norte	379,018	-	85,028	/	46,126	= 6.37
Suroriental	175,973	-	103,834	/	24,951	= 2.89
Resto de Segmentos	162,436	-	68,191	/	32,909	= 2.93

En el departamento de Petén (región norte) al realizar la prueba del ácido se observó que es el que más capacidad tiene (Q.6.37) para cubrir sus obligaciones a corto plazo y cuenta con mayor cantidad de efectivo, seguido de la región suroriental con un Q.2.89 ya que en el Departamento de Jutiapa los productos son de alto consumo; y por último la región Metropolitana con un Q. 0.97 siendo este el que menos cobertura tiene para cubrir sus obligaciones en forma inmediata.

Al comparar los índices de solvencia y prueba del ácido de la empresa con la media de la industria, resultan favorables. Sin embargo, estos índices no nos dicen si las cuentas

por cobrar, el inventario o ambos son muy altos actualmente, por lo tanto hay que utilizar el índice de actividad para su comprobación, a continuación:

ROTACION DE INVENTARIOS
La rotación de inventarios en Estados Financieros completos es de 3.3 veces en el año

SEGMENTO/REGION	INV.FINAL	INV.INICIAL	PROMEDIO	COSTO	ROTACIÓN
Metropolitana	360,388	+ 7,208	/ 2 = 183,798	/ 392,904	= 2.14
Norte	85,028	+ 13,604	/ 2 = 49,316	/ 192,086	= 3.89
Suroriental	103,834	+ 11,422	/ 2 = 57,628	/ 165,893	= 2.88
Resto de Segmentos	68,191	+ 42,380	/ 2 = 55,286	/ 122,237	= 2.21

La rotación de inventarios es lenta en la región metropolitana (2.14 veces al año) debido a que existe alta inversión en dicho departamento, en la región suroriental la rotación es un poco baja (2.88 veces al año) ya que por la lejanía de las aldeas de Jutiapa, se abastece en mayor cantidad por los problemas de transporte que la empresa tiene actualmente; y por último la región Norte con un 3.89 veces al año no presenta problemas de rotación de sus inventarios, aunque el índice no es muy elevado se mantiene en crecimiento desde el período pasado. Para los departamentos y aldeas agrupados en “resto de segmentos”, la rotación permanece por debajo de la media de la industria, la administración deberá buscar alternativas que subsanen dicho inconveniente.

ENDEUDAMIENTO
La razón en Estados Financieros completos es del 59%

SEGMENTO/REGION	TOTAL PASIVO	TOTAL ACTIVO	RAZÓN
Metropolitana	379,318	/ 517,611	= 0.73%
Norte	182,605	/ 435,317	= 0.42%
Suroriental	137,937	/ 211,160	= 0.65%
Resto de Segmentos	100,810	/ 197,622	= 0.51%

El nivel de endeudamiento a nivel general en materia de regiones, se encuentra en un nivel promedio. La región metropolitana es la más alta con un 73% debido a que los préstamos adquiridos se utilizaron más en esta región, mientras que en la región norte fue a la que menos se le invirtió con una tasa del 42%. La empresa deberá implementar estrategias de publicidad para promocionar los productos (ya que actualmente la competencia es alta), y así obtener mayor clientela que permita incrementar los ingresos y cancelar los préstamos adquiridos.

SOLIDEZ
La razón en Estados Financieros completos es Q.1.70

SEGMENTO/REGION	TOTAL ACTIVO	/	TOTAL PASIVO	=	RAZÓN
Metropolitana	517,611	/	379,318	=	1.36
Norte	435,317	/	182,605	=	2.38
Suroriental	211,160	/	137,937	=	1.53
Resto de Segmentos	197,622	/	100,810	=	1.64

Al realizar la prueba de solidez, la región norte es la que mejor posicionada está, ya que el activo total cubre al pasivo total, la zona suroriental presenta una baja respecto de la anterior con 1.53 y la región que menos solidez presenta es la metropolitana con un 1.36, no obstante, no quiere decir que no esté cubierto el pasivo total, solo que en menor cantidad que los demás segmentos. Para el “resto de segmentos” este índice resulta favorable con un 1.64, debiéndose analizar por parte de la administración esta situación y proponer alternativas para mejorar la región más baja.

4.6.4. RAZONES AL ESTADO DE RESULTADOS POR SEGMENTOS GEOGRÁFICOS

PARTICIPACION DEL COSTO DE VENTAS
La participación en Estados Financieros completos es del 66%

SEGMENTO/REGION	COSTO	VENTAS	%
Metropolitana	392,904	684,346	= 0.57%
Norte	192,086	263,210	= 0.73%
Suroriental	165,893	236,889	= 0.70%
Resto de segmentos	122,237	131,605	= 0.93%

La región metropolitana es la que tiene un mejor margen bruto (57%), mientras que la región norte presenta el mayor costo (73%) debido a la distancia que presenta el departamento de Petén y los costos siempre tenderán a incrementarse; y por último la región suroriental que se encuentra intermedia con un 70% siendo en el departamento de Jutiapa en donde más se ha promovido la venta de los productos.

MARGEN DE UTILIDAD BRUTA
El margen en Estados Financieros completos es del 34%

SEGMENTO/REGION	VENTAS	COSTO	VENTAS	%
Metropolitana	684,346	- 392,904	/ 684,346	= 0.43%
Norte	263,210	- 192,086	/ 263,210	= 0.27%
Suroriental	236,889	- 165,893	/ 236,889	= 0.30%
Resto de segmentos	131,605	- 122,237	/ 131,605	= 0.07%

El margen de utilidad bruta a nivel general es de 34%. La región metropolitana es la de mayor margen bruto 43%, debido a que los costos no son muy altos y la aceptación de los productos es bastante alto, seguido de la región suroriental con 30% de utilidad bruta, a pesar de los inconvenientes anteriormente descritos, y por último pero no menos importante la región norte con un 27% de utilidad bruta. Las demás agrupadas en “resto de segmentos” no aportan un margen muy alto, únicamente del 7%, para lo que

se deberá realizar estudio de las razones por las cuales este margen está bajo y buscar medidas que contribuyan a su mejora.

MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA
El Margen en Estados Financieros completos es del 15%

SEGMENTO/REGION	G.ADMON		G.VENTAS	VENTAS	%
Metropolitana	24,821	+	70,646	/ 392,904	= 24.30%
Norte	12,928	+	36,795	/ 192,086	= 25.89%
Suroriental	9,308	+	26,492	/ 165,893	= 21.58%
Resto de Segmentos	4,654	+	13,246	/ 122,237	= 14.64%

El margen de utilidad luego de deducir los gastos administrativos y de ventas son hasta cierto punto razonables, debido a las distintas circunstancias que en cada región se presentan; en la región metropolitana 24.30% que es razonable, ya que por la cercanía de la sede central no se incurre en muchos gastos, 21.58% para la región suroriental debido a los gastos en publicidad que se han tenido principalmente en las aldeas aledañas y gastos en transporte para distribución de los productos en las zonas más lejanas de esta región, y por último la región norte con un margen de 25.89% debido a la aceptación alta que se ha tenido por parte de la población norteña sobre los productos, los gastos en los que se ha incurrido han resultado sumamente productivos dando como resultado el incremento de la clientela generando mayores ventas en dicha región.

4.7. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES GENERALES POR SEGMENTOS

Al pie de cada segmento de los Estados Financieros se encuentran las conclusiones respectivas.

A continuación se presentan el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados indicando el aporte (expresado en porcentaje) con el que cada segmento contribuye a la utilidad final, deduciendo los costos y gastos en los que incurren, para un análisis confiable, previo a la toma de decisiones por parte de los propietarios.

4.7.1. SEGMENTOS DE NEGOCIO

ESTADO FINANCIERO No. 12

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE NEGOCIO
AL 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR CADA SEGMENTO

% DE CONTRIBUCIÓN DE CADA SEGMENTO

DESCRIPCION										
	TOTAL	%	Salsa Dulce	%	Mayonesa	%	Mostaza	%	Resto de Segmentos	%
ACTIVO										
Activo no corriente	211,120	16	70,373	5	56,299	4	28,149	2	56,299	5
Activo corriente	1,150,590	84	392,554	29	284,263	21	196,277	14	277,496	20
Total	1,361,710	100	462,927	34	340,562	25	224,426	16	333,795	25
PASIVO Y PATRIMONIO										
PATRIMONIO										
Capital (acciones)	14,630	1	6,145	0	2,780	0	1,902	0	3,803	0
Utilidades período anterior	302,370	22	120,948	9	54,427	4	42,332	3	84,663	6
Utilidad del período	231,490	17	74,077	5	46,298	3	32,409	2	78,706	6
Reserva Legal	12,550	1	4,393	0	2,636	0	1,883	0	3,638	0
Total	561,040	41	205,563	15	106,141	8	78,526	6	170,810	13
PASIVO										
Pasivo no corriente	621,830	46	350,967	26	108,345	8	56,345	4	106,173	8
Pasivo corriente	178,840	13	73,260	5	41,074	3	28,954	2	35,552	3
Total	800,670	59	424,227	31	149,419	11	85,299	6	141,725	10
Total Pasivo y Patrimonio	1,361,710	100	629,790	46	255,560	19	163,825	12	312,535	23

FUENTE: Elaboración propia, con base en aporte porcentual por segmento

ESTADO FINANCIERO No. 13

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE RESULTADOS POR SEGMENTOS DE NEGOCIO
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR CADA SEGMENTO

DESCRIPCION	% DE CONTRIBUCION DE CADA SEGMENTO									
	TOTAL	%	Salsa Dulce	%	Mayonesa	%	Mostaza	%	Resto de Segmentos	%
Ventas (Ingresos)	1,316,050	100	776,470	59	144,766	11	131,605	10	263,209	20
(-) Costo de Ventas	873,120	66	462,754	35	96,043	7	69,850	5	244,473	19
Utilidad Bruta	442,930	34	313,716	24	48,723	4	61,755	5	18,736	1
<u>(-)Gastos de Operación</u>										
Gastos administrativos	51,711	4	21,719	2	6,205	0	5,688	0	18,099	1
Gastos de Ventas	147,179	11	61,815	5	17,662	1	16,190	1	51,512	4
Utilidad en Operación	244,040	19	230,182	17	24,856	3	39,877	4	-50,875	-5
<u>(+/-)Otros gastos y Productos</u>										
Otros gastos	(14,112)	1	(7,339)	1	(1,551)	0	(1,270)	0	(3,952)	(0)
Otros productos	1,562	0	816	0	173	0	142	0	431	0
Utilidad antes del Impuesto	231,490	18	223,659	16	23,478	3	38,749	4	-54,396	-5

FUENTE: Elaboración propia, con base en aporte porcentual por segmento

CONCLUSIÓN:

Los principales productos de los segmentos de negocio son: Salsa dulce, mayonesa y mostaza, en orden de importancia; esto debido a que actualmente son productos de consumo popular, por su sabor, sus presentaciones (bolsitas desechables), el precio y la practicidad de aplicación a cualquier comida ya sea elaborada o rápida. A continuación el análisis a través de razones financieras que fundamentan a detalle lo antes indicado.

Los Estados Financieros anteriores reflejan que del 100% de los ingresos el 59% es originado por el segmento de salsa dulce, convirtiéndose este en el más fuerte de los segmentos, ya que es el más aportativo a las operaciones de la empresa, esto se debe

a que la aceptación del producto a nivel nacional ha sido alta, la calidad de los ingredientes con que se elabora le da un distinguido sabor único y el precio que se le ha fijado ha sido aceptable, ya que los costos para este segmento únicamente han sido del 35% respecto al porcentaje de ingreso que este aporta, deduciendo los gastos administrativos y otros en los que se incurre, el segmento aporta un 17% de ganancia antes del impuesto respectivo; lo anterior confirma que es el segmento más rentable y significativo para la empresa en general, ya que la ganancia que aportó para el presente período fue de Q. 223,659 que representa el 94.44% del margen de ganancia total de la empresa.

Los segmentos que se consideran intermedios, son los de mayonesa y mostaza con una contribución del 11% y 10% respectivamente, de ingresos totales para la empresa; los costos en los que incurre el segmento de mayonesa fueron del 7% para una contribución total del 2% de ganancia sobre el margen total de utilidad de la empresa, lo anterior debido a que los costos de este segmento para el presente período fueron bastante altos (7%), ya que no se contaba con ciertos ingredientes para su producción y se tuvieron que importar en su mayoría de Nueva York, como consecuencia estos costos tuvieron un incremento considerable ocasionando una ganancia poco significativa (Q. 23, 478) para la empresa. Se espera que para el próximo período se cuente con la calidad de ingredientes en el territorio guatemalteco y no se tenga que incurrir en gastos por importación; para incrementar el margen de ganancia se pretende implementar estrategias de publicidad y promoción y lograr captar mayor clientela para este producto. Por aparte el segmento de mostaza considerado también como intermedio ya que únicamente aportó el 10% de los ingresos del presente período (Q. 131,605), los costos fueron del 5% originando un margen de utilidad bruta del 5%, luego de la deducción de gastos administrativos y de ventas el segmento aportó finalmente un 3% de ganancia antes del impuesto (Q. 38,749), posicionándolo en el segundo segmento más importante para la empresa, esto se debe que para el presente período se ha mejorado la fórmula de producción inclusive con ingredientes nacionales cuyos costos no fueron altos, dando como resultado estos márgenes de ganancias.

Se denota que la empresa está administrando deficientemente las existencias de inventarios, ya que existe un almacenamiento excesivo, demostrado en el índice de rotación actual.

El 20% de ingresos restante (Q. 263,209) se origina por los productos agrupados en resto de segmentos (7 productos), respecto a sus costos y gastos están relacionados al volumen de ingresos de cada segmento, lo que requiere prestar mayor atención a dicho grupo de segmentos, ya que puede existir uno que esté generando un porcentaje alto de utilidad y se posicione en un segmento rentable para los ingresos totales de la empresa, aún más alto que los tres segmentos más significativo hasta el momento. El costo de venta total es equivalente al 66% del total de ingresos dejando un margen bruto de utilidad de 34% antes de gastos operativos, los gastos de operación en que incurrió la empresa es equivalente al 15% del total de ingresos determinándose que el 1% corresponde a gastos no monetarios; la utilidad de la empresa para el período 2011 es equivalente a Q 231,490 representado por el 18% del total de las ventas. No obstante, este grupo actualmente está presentando un margen muy bajo de utilidad bruta, lo que obliga a analizar exhaustivamente como es que han fijado los precios y la aceptación que han tenido dichos productos, posteriormente tomar decisiones y subir el margen lo mas que se pueda.

También puede observarse la cantidad de activos y pasivos con los que cuenta cada segmento, para efectos de análisis de rendimiento de los mismos y los niveles de endeudamiento que tiene cada uno.

4.7.2. SEGMENTOS GEOGRÁFICOS

ESTADO FINANCIERO No. 14

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS GEOGRÁFICOS
AL 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR CADA SEGMENTO

DESCRIPCION	% DE CONTRIBUCION DE CADA SEGMENTO									
	TOTAL	%	Región Metropolitana	%	Región Norte	%	Región suroriental	%	Resto de Segmentos	%
ACTIVO										
Activo no corriente	211,121	16	84,448	6	56,299	4	35,187	3	35,187	3
Activo corriente	1,150,589	84	433,163	32	379,018	28	175,973	13	162,435	12
Total	1,361,710	100	517,611	38	435,317	32	211,160	16	197,622	15
PASIVO Y PATRIMONIO PATRIMONIO										
Capital (acciones)	14,630	1	6,584	0	4,682	0	1,756	0	1,608	0
Utilidades período anterior	302,370	22	157,232	12	75,593	6	30,237	2	39,308	3
Utilidad del período	231,490	17	127,320	9	60,187	4	25,464	2	18,519	1
Reserva Legal	12,550	1	4,895	0	2,761	0	2,134	0	2,760	0
Total	561,040	41	296,031	22	143,223	11	59,591	4	62,195	5
PASIVO										
Pasivo no corriente	621,830	46	304,464	22	136,479	10	112,986	8	67,901	5
Pasivo corriente	178,840	13	74,854	5	46,126	3	24,951	2	32,909	2
Total	800,670	59	379,318	28	182,605	13	137,937	10	100,810	7
Total Pasivo y Patrimonio	1,361,710	100	675,349	50	325,828	24	197,528	15	163,005	12

FUENTE: Elaboración propia, con base en aporte porcentual por segmento

ALIMENTOS M & F, S.A.
ESTADO DE RESULTADOS POR SEGMENTOS GEOGRÁFICOS
DEL 01 DE ENERO 31 DE DICIEMBRE 2012
EXPRESADO EN QUETZALES

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR CADA SEGMENTO

DESCRIPCION	% DE CONTRIBUCION DE CADA SEGMENTO									
	TOTAL	%	Región Metropolitana	%	Región Norte	%	Región suroriental	%	Resto de Segmentos	%
Ventas	1,316,050	100	684,346	52	263,210	20	236,889	18	131,605	10
(-) Costo de Ventas	873,120	66	392,904	30	192,086	15	165,893	8	122,237	9
Utilidad Bruta	442,930	34	291,442	22	71,124	5	70,996	10	9,368	1
<u>(-)Gastos de Operación</u>										
Gastos administrativos	51,711	4	24,821	2	12,928	1	9,308	1	4,654	0
Gastos de Ventas	147,179	11	70,646	5	36,795	3	26,492	2	13,246	1
Utilidad en Operación	198,890	15	95,467	7	49,723	4	35,800	3	17,900	1
(+/-)Otros gastos y Productos										
Otros gastos	(14,117)	-1	-6,212	0	-3,106	0	-2,400	0	-2,399	(0)
Otros productos	1,567	0	690	0	345	0	266	0	266	0
Utilidad antes del Impuesto	231,490	18	190,453	14	18,640	1	33,062	7	-10,665	-1

FUENTE: Elaboración propia, con base en aporte porcentual por segmento

Los principales segmentos geográficos son: Región Metropolitana, región Norte y región Suroriental en orden de importancia; a continuación el análisis a través de razones financieras que fundamentan lo antes indicado.

A través de los Estados Financieros anteriores puede observarse que del 100% de los ingresos totales de la empresa, el 52% (Q 684,346) es originado por la región metropolitana, convirtiéndose en la región más fuerte y aportativa actualmente, esto debido a que son regiones urbanizadas (Guatemala, Petén y Jutiapa) y con un alto índice de consumo de comida rápida, en donde el empleo de los productos que la empresa elabora encuentran mayor posibilidad de adquisición; tomando en cuenta que

los gastos y costos son proporcionalmente menores en comparación con las demás regiones, debido a la ubicación de la empresa (capital) la distribución no requiere de incurrir en gastos mayores, aunado a lo anterior los productos han sido de gran aceptación en el mercado nacional, logrando para el presente período posicionarse en los supermercados de mayor prestigio actualmente. Finalmente se observa que del 18% de ganancia total antes del impuesto de la empresa, el 14% equivalente a Q 190,453 proviene de ésta región, confirmando ser ésta la más relevante.

Las regiones norte y suroriental se consideran intermedias con una aportación total a los ingresos generales de la empresa del 20% (Q 263,210) en la región norte y el 18% (Q 236,889) en la región suroriental, debe observarse que a pesar de ser la regiones consideradas como intermedias en importancia, sus aportaciones a los ingresos totales son bastante altos y aceptables, quiere decir que los productos están teniendo gran aprobación en los distintos departamentos de la República guatemalteca. Los costos en la región norte tienden a incrementarse (15% equivalente a Q 192,086) en relación a la suroriental (8% equivalente a Q 165,893) , debido a que el Departamento de Petén por la distancia requiere de más gastos, no obstante es la región segunda más importante para la empresa actualmente.

Apreciándose que la mayoría de las regiones generan ingresos de una forma aceptable a excepción de las agrupadas en resto de segmentos que únicamente provee un 10% de ingresos (Q 131,605) del total de la empresa, como consecuencia a que los costos de ventas son elevados cayendo en exageración (9% de un total de 10% de ingreso) quedando un margen de utilidad bruta del 1% (Q 9,368); lo anterior se debe a que los productos se han querido introducir en las tiendas de aldeas recónditas porque la empresa ha creado presentaciones más pequeñas y se creyó podrían posicionarse al alcance de la población más lejana, pero debido a los resultados del presente período se deben evaluar las debilidades en dichas regiones (departamentos y aldeas), e implementar estrategias que contribuyan a mejorar esta situación; debido a las descripciones en las conclusiones antes descritas en donde se indica la deficiente administración de los inventarios (en su rotación), es buen momento para la implementación de estrategias de publicidad, los costos (ventas) actualmente son altos

pero podrían sustituirse algunos gastos e invertir en volantes, muestras de los productos gratuitas, inclusive formulación de paquetes con productos a un bajo costo; antes de considerar el retiro de los productos. Los márgenes que actualmente están bajos se pretenden subir mediante las estrategias que los financistas decidan implementar, considerando un margen de tiempo razonable para dejarlas accionar y obtener los resultados esperados, posteriormente tomar decisiones definitivas.

CONCLUSIONES

1. La industria de alimentos es uno de los sectores importantes dentro de la industria manufacturera en Guatemala, contribuyendo así al desarrollo económico del país, es por ello que las empresas nacionales en esta rama están tomando auge cada vez más; por ello es importante que utilicen las NIIF que coadyuven a eficientar los procesos administrativo-contables dentro de las mismas.
2. Los estados financieros de una empresa son la principal herramienta para suministrar información acerca de su situación y rendimiento financiero, razón por la cual la información financiera que éstos suministran debe estar previamente analizada e interpretada y proporcionarla en forma oportuna y veraz a los usuarios de los estados financieros para la posterior toma de decisiones; por lo anterior es fundamental incorporar los estándares que dictan las Normas (NIIF) en la elaboración de los mismos y así asegurar la calidad de la información, del mismo modo la aplicación de razones financieras garantizando que éstas decisiones sean mayormente confiables y direccionen a la empresa hacia un desarrollo acertado.
3. La aplicación de NIIF 8 “Segmentos de Operación” es sencilla y práctica de incorporar a la administración de una empresa, está dirigida especialmente a los usuarios de los estados financieros que desean conocer al detalle el rendimiento que están presentando los diferentes segmentos de la empresa, mostrando la participación que cada uno está teniendo en cuanto a costos, gastos y utilidades; y posteriormente detectar posibles riesgos, asignar recursos, implementar estrategias y finalmente tomar las mejores decisiones que impulsen a la empresa a alcanzar un nivel más alto dentro de su rama.
4. Uno de los beneficios que se obtuvo de segmentar la información de Alimentos M&F, S.A., fue conocer los segmentos de negocio más rentables

(salsa dulce, mayonesa y mostaza) ya que se está obteniendo el 80% del total de los ingresos, de la misma manera los 3 segmentos geográficos más importantes (región metropolitana, norte y suroriental) están aportando el 90% del total de los ingresos; los márgenes de utilidad operativa para los segmentos de negocio y geográficos son del 18% y 22% respectivamente, mismos que es necesario incrementarlos a base de implementación de estrategias de mercadeo.

5. Al concluir el trabajo de investigación se comprobó la hipótesis del plan de investigación que indicaba: Los efectos desde el punto de vista financiero, de no presentar Información financiera por segmentos de acuerdo a los lineamientos de la NIIF 8 son:
 - a) No alcanzar los objetivos empresariales en cuanto a rendimiento de productos o desarrollo de áreas geográficas.
 - b) La devaluación o pérdida total de segmentos de operación que requieran de asignación de recursos en forma oportuna.

Efectivamente los efectos antes descritos, son el resultando de omitir presentar información financiera por bloques, tal como la NIIF lo indica. Dicha norma es una herramienta fundamental hoy en día para todas aquellas empresas que deseen segmentar su información en bloques de información, ya sea por productos y servicios, principales clientes o áreas geográficas en las que opera. Lo anterior permitirá a la empresa evaluar el cumplimiento de objetivos como empresa; asimismo, si a cada segmento se le está dando el tratamiento oportuno, tanto en la asignación de recursos como en la implementación de estrategias que permitirán que el segmento sea productivo para la empresa, caso contrario reestructurarlo ó eliminarlo de la gama de segmentos principales. Por lo anterior se concluye que la utilización de NIIF 8 “Segmentos de Operación” contribuye al buen desempeño de cualquier empresa interesada en proporcionar información financiera garantizada y con altos estándares de calidad en ella.

RECOMENDACIONES

1. Las entidades nacionales en la rama de productos alimenticios que actualmente se encuentran en crecimiento, deberán impulsar dentro de su administración planes de capacitación y actualización hacia los estándares internacionales que dictan las NIIF, para mantenerse a la vanguardia en cuanto a estándares de información internacional y elevar la calidad de la información que proporcionan.
2. Los estados financieros de toda entidad que desee garantizar confiabilidad en la información que suministra, deberán estar elaborados en apego a lo que dictan las NIIF y ser complementados con un buen análisis financiero a través del uso de razones financieras; ya que con ello estarán asegurando la calidad de su información, para una posterior toma de decisiones confiable, y que éstas sean las más oportunas para la administración de la entidad.
3. Las entidades que decidan aplicar NIIF 8 "Segmentos de Operación" en la elaboración de sus estados financieros, se les recomienda dar un seguimiento eficiente a los sus segmentos y velar por los resultados que cada uno presente en forma periódica; lo anterior con el objeto de monitorear su comportamiento al mismo tiempo que se vayan proponiendo cambios, a través de la implementación de estrategias y demás acciones que sean necesarias para lograr un buen desempeño financiero con óptimos resultados.
4. Se recomienda a la administración de Alimentos M&F, S.A. evaluar periódicamente los resultados que los segmentos están presentando y proponer cambios que eleven las ventas de aquellos segmentos que últimamente tienden a la baja, así como también liberar el excesivo almacenamiento que actualmente refleja el índice de rotación de inventario, analizando el comportamiento de las ventas en las distintas regiones geográficas e implementar estrategias publicitarias para incrementarlas y liberar el producto en stock, posteriormente y a base de análisis previos volver a abastecer el almacén con la cantidad de producto necesario y evitar el inconveniente precedente y con elevar el margen de utilidad actual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. *Acuerdo Gubernativo 787-97. Comisión Multisectorial de Alimentos de Consumo Humano* (1997).
2. *Acuerdo Gubernativo 969-99. Reglamento para la Inocuidad de los Alimentos* (1999).
3. *Código de Comercio, Decreto 2-70 y sus reformas* (1970).
4. *Código de Trabajo, Decreto 1441 y sus reformas* (1961).
5. Gitman, Lawrence J. (2007) *Principios de Administración Financiera*. México. Editorial Pearson Educación. 580p.
6. *Ley de Actualización Tributaria, Decreto 10-2012* (2012).
7. *Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto 27-92 y sus reformas* (1992).
8. *Ley del Impuesto de Solidaridad, Decreto 73-2008*. (2008).
9. *Ley general de cooperativas de Guatemala, Decreto 82-78*. (1978).
10. *Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, Decreto 295, y sus reformas* (1946).
11. Mantilla, S.A. (2012). *Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS/NIIIF)*. Colombia. Ecoe Ediciones. 589p.
12. Marco conceptual para la Información Financiera, aprobada por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). Septiembre 2010. 50p.
13. Morales Flores, M. (2006). *Administración Financiera*. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 207p.

14. Norma Internacional de Contabilidad 1 (NIC 1), *Presentación de Estados Financieros*, aprobada por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). Departamento de publicaciones IASCF, 2011. 27p.
15. Norma Internacional de Información Financiera 8. (NIIF 8) *Segmentos de Operación*, aprobada por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). Versión 2011. 11p.

Páginas Web

16. <http://www.areadepymes.com>
17. <http://www.buenastareas.com>
18. <http://www.crecenegocios.com>
19. <http://www.dharmasigi.com>
20. <http://www.elcontador.org>
21. <http://www.es.scribd.com>
22. <http://www.export.com.gt>
23. <http://www.gabilos.com>
24. <http://www.gerencie.com>
25. <http://www.mictecnologico.com>
26. <http://www.monografias.com>
27. <http://www.niif.com>
28. <http://www.pymesfuturo.com>
29. <http://www.wikipedia.com>