

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**“INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA  
DESTINADA A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA”**



EN EL GRADO ACADÉMICO DE

**LICENCIADO**

Guatemala, Marzo 2014

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

Decano:	Lic. José Rolando Secaida Morales
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Primero:	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Vocal Segundo:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal Tercero:	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal Cuarto:	P.C. Oliver Augusto Carrera Leal
Vocal Quinto:	P.C. Walter Obdulio Chigüichón Boror

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

ÁREA MATEMÁTICA-ESTADÍSTICA	Lic. Jose de Jesús Portillo Hernandez
ÁREA CONTABILIDAD	Lic. Roberto Salazar Casiano
ÁREA AUDITORÍA	Lic. Rubén Eduardo Del Águila Rafael

**PROFESIONALES QUE REALIZARON  
EL EXAMEN PRIVADO TESIS**

PRESIDENTE	Lic. Manuel Fernando Morales García
SECRETARIO	Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero
EXAMINADOR	Licda. Jennifer Lucrecia Mancilla Romero

*Lic. Carlos R. Mauricio García*

*Contador Público y Auditor Colegiado No. 4328*

*48 Av. "F" 3-37 Zona 2 de Mixco Molino de las Flores I  
Mixco, Guatemala, Tel. 2433-6032 ó Cel. 5735-5635*

Ciudad de Guatemala 12 de febrero de 2014

Licenciado

José Rolando Secaida Morales

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas

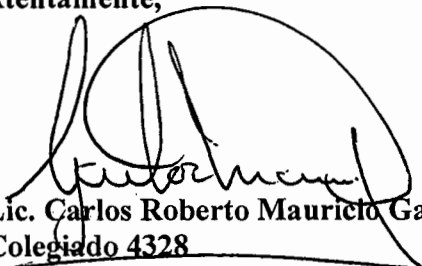
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable Señor Decano:

De conformidad con la providencia No. DIC.AUD.080-2012, emitida por la Decanatura de la Facultad de Ciencias Económicas, fui designado como asesor de tesis del alumno Otto Ovidio Salazar Valenzuela, quien efectuó la investigación del punto de tesis titulado INFORMACION FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA, 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 Licenciado.

El trabajo presentado por el alumno Salazar Valenzuela, 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



FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONOMICAS

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

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,  
TREINTA DE MAYO DE DOS MIL CATORCE.

Con base en el Punto CUARTO, inciso 4.1, subinciso 4.1.1 del Acta 7-2014 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 29 de abril de 2014, se conoció el Acta AUDITORIA 101-2014 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 13 de marzo de 2014 y el trabajo de Tesis denominado: "INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA", que para su graduación profesional presentó el estudiante OTTO OVIDIO SALAZAR VALENZUELA autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑADA A TODOS"

LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES  
SECRETARIO



LIC. JOSÉ ROLANDO BECAIDA MORALES  
DECANO



Smp.

Ingrid  
REVISADO

## **ACTO QUE DEDICO**

### **A DIOS:**

Por su infinita misericordia, por su amor y su gracia he podido cumplir un sueño, gracias por estar junto a mí en cada etapa de este lindo proceso, te amo, mi Dios, por ser justo y regalarme el amor de tu hijo Jesús en la cruz y tu Espíritu Santo, que llena mi corazón.

**A LA SANTÍSIMA VIRGEN MARÍA:** Por estar siempre intercediendo por mí delante de tu hijo amado para que este fruto de amor y cuidarme con tu amor de madre y tu manto, gracias, Virgencita de Guadalupe.

### **A MI MAMÁ:**

¿Muchas veces me preguntaste cuándo? Y hoy llegó el día: desde el cielo estarás muy feliz porque uno de tus grandes anhelos era que tus hijos sobresalieran. Te agradezco por tu amor, tus consejos y hoy alégrate con el señor. Sé que estarás danzando junto al amado, te amo y siempre te amare, mamita (Q.E.P.D).

### **A MI PAPÁ:**

Gracias, mi querido viejo, por tu corrección desde mi niñez porque siempre te preocupaste y nos enseñaste los verdaderos principios, te amo.

### **A MI ESPOSA:**

Dulce María Estrada de Salazar, gracias, mi amor, porque este triunfo es señal de tu amor porque sin tu apoyo y tu paciencia no lo hubiera logrado, porque muchas veces no estuve en casa, lo único que te puedo

decir es gracias, mi amor, por estar siempre junto a mí.

**A MI HIJA:**

El motor de mi vida, mi gran bendición, te amo, Dulce Daniela, y que esta victoria cuando tú puedas leerla te motive a ser cada día mejor persona y a tus futuros hermanos sea de motivación en su vida.

**A MIS SUEGROS:**

Armando y María Luisa de Estrada, por el apoyo incondicional.

**A MIS HERMANOS:**

Harminda, por ocupar el lugar de mi mamá, a Nohemy, Ramiro, Edgar, Dilian y Raul Jr., que sea motivante para alcanzar sus sueños.

**A MIS CUÑADOS Y CUÑADAS:**

Alberto, Noé y Patricia, Verónica, Josué y Brenda

**A MIS SOBRINOS:**

Jessica, Marcela, Michel, Alejandra, Alberto, Pablo, Wilder, Ariana y Jennifer

**A MIS AMIGOS:**

Que son muchos y los quiero y los estimo demasiado, gracias por todo su apoyo y su cariño.

**A LA USAC:**

Gracias, Tricentenaria Universidad, por tus conocimientos, por darme la oportunidad de estudiar en tan linda casa de estudios.

**A MI ASESOR:**

Lic. Carlos Roberto Mauricio García, por su profesionalismo y su humildad.

# ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN	i

## CAPÍTULO I

### EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA

1.1.	Antecedentes	1
1.2	Qué es un electrodoméstico	2
1.2.1	Origen e historia de los electrodomésticos de línea blanca	2
1.2.2	Clasificación de los electrodomésticos de línea blanca	3
1.2.3	Materiales que componen los electrodomésticos de línea blanca	4
1.2.4	Actividades comerciales	5
1.2.4.1	Concepto de la palabra comercio	5
1.2.5	Mercado y productos finales de venta	5
1.2.6	Aspectos generales de las empresas mercantiles en Guatemala	5
1.2.6.1	Empresas	5
1.2.6.2	Características de una empresa	6
1.2.7	Definición y características de la sociedad anónima	6
1.3	Aspectos legales para la constitución de una empresa	7
1.3.1	Disposiciones generales	7
1.3.2	Inscripción en el Registro Mercantil	9
1.3.3	Inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT)	9
1.3.4	Inscripción en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social	10
1.4	Legislación aplicable y vigente para una empresa	10
1.4.1	Antecedentes históricos	10
1.4.2	El Contribuyente	11
1.4.3	Entidad fiscalizadora	12
1.4.3.1	Facultades y atribuciones de la administración tributaria	12

1.4.4	La legislación tributaria en Guatemala	13
1.4.4.1	Código de Comercio (Decreto 2-70)	13
1.4.4.2	Regímenes de Actividades Lucrativas (Decreto 10-2012)	14
1.4.4.3	Ley del Impuesto al Valor Agregado (Decreto 27-92)	16
1.4.4.4	Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y de Papel Sellado Especial para protocolos (Decreto 37- 92)	17
1.4.4.5	Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria (Decreto 20-2006)	18
1.4.4.6	Impuestos de Solidaridad (Decreto 73-2008)	20
1.5	Estructura Organizacional	21
1.5	Organigrama	23

## **CAPÍTULO II**

### **INFORMACIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS COMERCIALES**

2.1	Importancia de la información financiera	24
2.1.1	Finalidades de la información financiera	24
2.2	Estados Financieros	26
2.2.1	Estructura y Contenido de los Estados Financieros	27
2.2.2	Identificación de los Estados Financieros	28
2.2.3	Estado de Situación Financiera	28
2.2.3.1	Activo Corriente	29
2.2.3.2	Pasivo Corriente	29
2.2.3.3	Información a revelar en el balance	30
2.2.4	Estado de Resultados Integral	32
2.2.4.1	Información a revelar en el Estado de Resultados	33
2.2.4.2	Naturaleza de los gastos	33
2.2.4.3	En función de los gastos	34
2.2.5	Estado de Flujos de Efectivo	36
2.2.5.1	Información a relevar en el Estado de Flujo de Efectivo	36
2.2.5.2	Método directo	37



2.2.5.3	Método Indirecto	39
2.2.6	Estado de cambios en el Patrimonio Neto	40
2.2.6.1	Información a revelar en el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto	40
2.2.7	Notas a los Estados Financieros	41
2.2.8	Características de los Estados Financieros	43
2.2.8.1	Utilidad	43
2.2.8.2	Confiabilidad	43
2.2.8.3	Oportunidad	43
2.2.8.4	Objetividad	43
2.2.8.5	Verificabilidad	43
2.2.8.6	Provisionalidad	44
2.2.9	Finalidad de los Estados Financieros	44
2.2.10	Responsabilidad de la Emisión de los Estados Financieros	44
2.2.11	Clasificación de los Estados Financieros	45
2.2.11.1	Principales	45
2.2.11.2	Secundarios	45
2.2.11.3	Resumidos	45
2.2.11.4	Detallados	46
2.2.11.5	Históricos	46
2.2.11.6	Intermedios	46
2.2.11.7	Estimados	46
2.2.12	Usuarios de los Estados Financieros	46
2.2.12.1	Accionistas o Propietarios	47
2.2.12.2	Empleados	47
2.2.12.3	Entidades financieras y Bancos	47
2.2.12.4	Proveedores	47
2.2.12.5	Clientes	47
2.2.12.6	Entidades recaudadoras de impuestos	47
2.3	Razones financieras aplicables a la información	

	financiera	48
2.3.1	Historia de las razones financieras	49
2.3.2	Objetivo de las razones financieras	49
2.3.3	Razones de solvencia	49
2.3.4	Razones de Actividad	54
2.3.5	Razones de rentabilidad	55
2.3.6	Razones de estabilidad	59
2.4	El punto de equilibrio	62
2.4.1	Pasos para hallar y analizar el punto de equilibrio	62
2.4.1.1	Definir costos	62
2.4.1.2	Clasificar costos en Costos Variables (CV) Y en Costos Fijos (CF)	63
2.4.1.3	Hallar costo variable unitario	63
2.4.1.4	Aplicar fórmula del punto de equilibrio	64
2.4.1.5	Comprobar resultados	64
2.4.1.6	Análisis del punto de equilibrio	64

### **CAPÍTULO III**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS**

3.1	Concepto de Análisis e Interpretación de Estados Financieros	65
3.1.1	Diferencia entre Análisis e Interpretación	66
3.1.2	Objetivo del Análisis e Interpretación de Estados Financieros	67
3.1.3	Importancia del Análisis e Interpretación De Estados Financieros	68
3.1.4	Métodos de Análisis de Información Financiera	68
3.1.4.1	Análisis mediante indicadores financieros	69

3.1.4.2	Análisis horizontal	69
3.1.4.3	Análisis vertical	70
3.1.4.4	Análisis vertical de por cientos integrales	71
3.2	Información financiera por segmentos	72
3.2.1	Segmentos de operación	72
3.2.2	Alcance	74
3.2.2.1	Objetivos	75
3.2.3.1	Segmento de negocio	75
3.2.3.2	Segmento geográfico	77
3.3	Segmentos de los que se debe informarse	80
3.3.1	Criterios de agregación	80
3.3.2	Umbrales cuantitativos	81
3.3.3	Información a revelar	85
3.3.4	Información general	86
3.3.5	Información sobre resultados, activos y pasivos	86
3.3.6	Medición	87
3.3.7	Conciliaciones	88
3.3.8	Re expresión de información presentada anteriormente	88
3.3.9	Información a revelar sobre la entidad en su conjunto	89
3.3.10	Información sobre productos y servicios	89
3.3.11	Información sobre áreas geográficas	90
3.3.12	Información sobre los principales clientes	91
3.3.13	Transición y fecha de vigencia	91
3.4	Análisis de información financiera por segmentos	92
3.4.1	Análisis de segmentos por negocio	92
3.4.2	Análisis de segmentos geográficos	93
3.4.2	Ventajas del análisis de información financiera	
	Por segmentos	93
3.5	Participación del Contador Público y Auditor	94

**CAPÍTULO IV**  
**INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA**  
**DESTINADA A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA**  
**(APLICACIÓN)**

4.1	Historia y descripción de la empresa	95
4.1.2	Enunciado	95
4.2	Análisis de Estados Financieros por medio de Razones Financieras	97
4.3	Identificación de los segmentos	101
4.4	Criterios de Agregación	107
4.5	Umbrales Cuantitativos	108
4.6	Análisis con base en Razones Financieras de los Segmentos de Operación	111
4.7	Estados Financieros por Segmentos de Operación	119
4.8	Identificación de Segmentos Geográficos	123
4.9	Análisis por medio de Razones Financieras en Segmentos Geográficos	130
4.10	Estados financieros segmentados por zona geográfica	138
4.11	Análisis con la aplicación del punto de equilibrio	142
	<b>CONCLUSIONES</b>	144
	<b>RECOMENDACIONES</b>	145
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	146

## INTRODUCCIÓN

Debido al crecimiento de la población en la actualidad, varias industrias han creado una gran gama de productos de línea blanca para el hogar, lo cual le permite al consumidor tener varias opciones para elegir y tener un mejor nivel de vida.

Estas empresas deben evaluar la cantidad de productos que deben producir e importar para poder abastecer la demanda que existe actualmente en el sector de los electrodomésticos, por ello para la máxima autoridad en la toma de decisiones es de gran utilidad obtener información segmentada, la cual permita analizar la rentabilidad que genera cada uno de los segmentos de operación y, a la vez, las tendencias de crecimiento de las diferentes áreas geográficas.

Es por eso que el objetivo de esta tesis es determinar tanto la importancia de la implementación de la Norma Internacional de Información Financiera, Segmentos de Operación No. 8, como el medio de análisis de la información financiera de una industria que produce electrodomésticos de línea blanca y evaluar cada uno de sus productos. Y también establecer los lineamientos necesarios para identificar un segmento de operación y el correcto procedimiento para realizar su análisis y para el cumplimiento de estos objetivos se han desarrollado los siguientes capítulos.

En el Capítulo I, se hace un resumen histórico del origen de los electrodomésticos a nivel mundial sobre cómo se ha ido actualizando hasta llegar a nuestros tiempos, además se estableció el marco legal, en donde se mencionan las principales leyes con las cuales debe cumplir una importadora de productos de línea blanca, y se menciona también que estas industrias se rigen por Leyes y sus reglamentos y por Códigos como el de Comercio. Y todo lo relacionado con la aplicación de regulaciones de estándares de calidad en la producción o comercialización de los mismos.

En el Capítulo II, se hace mención de los lineamientos que establece la Norma Internacional de Contabilidad NIC. 1, Presentación de Estados Financieros, la cual tiene como objetivo establecer las bases para la presentación de estados financieros con propósito de información general, a fin de asegurar que los mismos sean comparables tanto con los estados financieros de la misma entidad correspondientes a periodos anteriores como con los de otras entidades diferentes. Además, menciona el origen de las razones financieras aplicables al análisis de información financiera, para evaluar el rendimiento de la empresa y su aplicación para evaluar la utilidad de cada una de las formulas definiciones.

En el Capítulo III, se menciona la importancia de conocer la diferencia entre análisis e interpretación de los Estados Financieros y los diferentes métodos de análisis que existen para presentar los resultados obtenidos y los lineamientos establecidos en la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación. Dichos lineamientos son la base para generar información contable por segmentos, se define la información de los segmentos sobre los que debe informarse, define también cuáles son los criterios de agregación, menciona además los umbrales cuantitativos en donde la entidad deberá informar sobre cada uno de los segmentos de operación por separado.

En el Capítulo IV, se desarrolla el caso práctico, con el fin de ilustrar la aplicación de toda la teoría obtenida en los capítulos anteriores, para demostrar los beneficios que puede significarle a la máxima autoridad en la toma de decisiones la implementación en la contabilidad de segmentos de operación y el análisis que podrá realizar con la información obtenida de cada uno de los segmentos y tener más información para examinar y reaccionar con el propósito de mejorar la rentabilidad de la empresa.

# CAPÍTULO I

## EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA

### 1.1 Antecedentes

#### **Empresa:**

“Originalmente el concepto de empresa ha surgido de la ciencia económica, en donde se establece que es una organización del factor capital y del factor trabajo, con destino a la producción de bienes o servicios o a la mediación de los mismos para el mercado”

#### **Empresa Mercantil:**

“Se entiende por Empresa Mercantil el conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos coordinados, para ofrecer al público, con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes y servicios. Los elementos de la empresa mercantil son de diversa índole: materiales e inmateriales o valores incorpóreos”

#### **Empresa comercial**

“Es un ente intermediario entre el productor y el consumidor y su función principal, es la compra y venta de productos terminados. Pueden ser de tres tipos:

- a) Mayoristas: Son empresas que efectúan ventas a gran escala y que distribuyen el producto directamente a subdistribuidores o minoristas.
- b) Minoristas o detallistas: Son empresas que venden al por menor (en pequeñas cantidades o por unidades) y que abastecen directamente al consumidor.

- c) Comisionistas: Se dedican a vender mercancías que los productores les dan, a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión”.

En el concepto de empresa se unen varios factores, inicialmente los aportadores de capital, posteriormente el recurso humano, los activos, y los procesos productivos, para llegar finalmente a la labor de venta o prestación del servicio.

Conjugando adecuadamente todos estos factores, tendremos una empresa que probablemente consiga el éxito, que es el objetivo final de la misma.

## **1.2 Qué es un electrodoméstico**

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

### **1.2.1 Origen e historia de los electrodomésticos de línea blanca**

Para poder comprender mejor la situación actual de la producción de electrodomésticos de línea blanca hay que recordar que hasta comienzos de la década de los años ochenta, a nivel mundial, existían tres grandes polos con sus áreas de influencia (Estados Unidos, Japón y Europa) que a pesar de algunos intentos estadounidenses eran en gran medida estancos. Pero los años siguientes, tanto en Estados Unidos como en Europa, se desencadenaron procesos de concentración de empresas que iban a tener grandes consecuencias en el futuro.

Como ejemplo basta citar que en Estados Unidos en 1987 entre los cuatro principales fabricantes norteamericanos del sector produjeron el 80% del total y que en Europa entre 1980 y 1990 los seis más destacados pasaron de representar el 40% al 70% del conjunto.



El desencadenante del proceso de concentración fue Electrolux que comenzó a adquirir diversas empresas de Línea Blanca, entre las que destacó la compra de Zanussi. Este proceso que llevó a Electrolux a ostentar el liderazgo europeo, le animó a comprar White-Westin-Ghouse, en aquel momento tercera empresa del sector en Estados Unidos, convirtiéndose así en primer fabricante mundial.

Estas actuaciones provocaron la reacción de sus competidores, que siguieron el ejemplo siendo el máximo exponente la adquisición por parte de Whirlpool (número dos de Estados Unidos en aquellas fechas) de toda la Línea Blanca de Philips que, asimismo, ostentaba el segundo lugar del ranking europeo. De esta forma, puede decirse que la transformación más notable del Sector, a nivel mundial, es que se pasó de estar constituido por empresas nacionales a ser controlada en gran medida por multinacionales en algunos casos de gran capacidad tecnológica y financiera.

### **1.2.2 Clasificación de los electrodomésticos de línea blanca**

#### **➤ Línea blanca**

Se refiere a los principales electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del hogar. En el comercio afiliado es donde más electrodomésticos son adquiridos, con un 48% sobre el total del mercado, seguido de las grandes superficies especializadas con un 25% del total. Incluye:

- ✓ Estufa doméstica
- ✓ Horno
- ✓ Lavadora / lavarropas
- ✓ Lavaplatos / lavavajillas
- ✓ Refrigerador / nevera / heladera y congelador
- ✓ Armario bodega / Armario climatizado para vino
- ✓ Campana extractora / Campana
- ✓ Secadora / secarropas
- ✓ Calentador / Boiler

- ✓ Calefactor
- ✓ Aire acondicionado

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

### 1.2.3 Materiales que componen los electrodomésticos de línea blanca

<b>MATERIALES QUE COMPONEN LOS ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA</b>	
<b>Material</b>	<b>% en peso</b>
Metales ferromagnéticos	53,78
Metales no ferromagnéticos	7,22
Termoplásticos	16,65
Elastómeros	1,21
Vidrio	3,17
Mat. Comp. Eléctrico.	1,25
Material de cable	0,80
Hormigón	12,59
Aglomerado	1,53
Aceite	0,13
Gas refrigerante	0,23
Aislante	1,02
Fibras	0,29
Otros	0,13
Fuente: ANFEL, Proyecto EOLA	100.00%

## **1.2.4 Actividades Comerciales**

### **1.2.4.1 Concepto de la palabra comercio**

La palabra comercio deviene de:

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

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

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

### **1.2.5 Mercado y productos finales de venta**

En la actualidad el comercio de electrodomésticos de línea blanca tiene un auge muy grande porque existen diversidad de artículos para el hogar, negocio e industria además, cada hogar puede llegar a tener uno, y esto nos permite poder estudiar a mayor profundidad el segmento de mayor venta para la empresa y evaluar en forma separada la rentabilidad por los segmentos de operación con que cuenta la misma.

## **1.2.6 Aspectos generales de las empresas mercantiles en Guatemala**

### **1.2.6.1 Empresa**

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

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

#### **1.2.6.2 Características de una empresa**

- a) Ser una organización que funciona de manera integrada, para alcanzar determinados fines u objetivos que interesan a la organización como tal y en alguna medida, a todos sus integrantes.
- b) Obtener beneficios económicos y disponer racionalmente de los medios apropiados para alcanzarlos. En otras palabras cualquiera que sea el tipo de empresa, siempre se busca obtener beneficios y utilidades en cuanto a organización, además de los objetivos que persigan sus miembros. Por cierto, distintos pueden ser los beneficios y utilidades que se persigan y quienes se apropien mayormente de ellos. Además, toda la empresa tiene una racionalidad o lógica operacional, o sea, opera organizando del mejor modo de los medios disponibles para que los beneficios perseguidos se logren. Las racionalidades y lógicas operacionales de la empresa son también diferenciadas.
- c) Estar constituida por un conjunto de factores o elementos que hace algún aporte o contribuyen de algún modo a la operación económica y la generación de los beneficios buscados, y por un conjunto de relaciones que ligan económica, institucional y tecnológicamente dichos elementos configurando la compleja organización empresarial.

#### **1.2.7 Definición y características de la sociedad anónima.**

“Sociedad Anónima” es una sociedad capitalista, con capital propio dividido en acciones y con denominación objetiva y bajo el principio de la responsabilidad

limitada de los socios frente a la sociedad, a la explotación de una industria mercantil” (104:1)

Los conceptos que se desarrollan sobre la Sociedad Anónima se encuentran en el Código de Comercio de Guatemala, Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.

Artículo 86 “Sociedad Anónima” es la que tiene capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de acciones que hubiera suscrito” (12:2)

Las características esenciales de la Sociedad Anónima son

- a) La responsabilidad limitada de los socios al monto de sus aportaciones
- b) El capital social está dividido y representando por medio de títulos llamados acciones
- c) Los socios permanecen en el anonimato
- d) Actúa por medio de una denominación o razón social.

En el Artículo 87 se establece que la Sociedad Anónima se debe identificar por medio de una denominación, la que podrá formar libremente con el agregado obligatorio de la leyenda. Sociedad Anónima que podrá abreviarse: S. A. (12:2).

### **1.3 Aspectos legales para la constitución de una empresa de electrodomésticos de línea.**

#### **1.3.1 Procedimientos para la inscripción de sociedades anónimas**

##### **1.3.1.1 Disposiciones generales**

De conformidad con el artículo 10 del Código de Comercio de Guatemala, establece que son Sociedades organizadas bajo forma mercantil, exclusivamente las siguientes:

1. La Sociedad Colectiva
2. La Sociedad en Comandita Simple
3. La Sociedad de Responsabilidad Limitada
4. La Sociedad Anónima
5. La Sociedad en Comandita por Acciones

De acuerdo con lo anteriormente establecido, se observa que la sociedades mercantiles incluyen la Sociedad Anónima, que es la unidad de análisis.

Artículo 14 “Personalidad Jurídica La Sociedad Mercantil constituida de acuerdo a las disposiciones del Código e inscrita en el Registro Mercantil, tendrá personalidad jurídica propia y distinta de la de los socios individualmente considerados”. (3:2)

La constitución de una Sociedad Anónima debe ser por medio de una escritura de constitución, la cual será auxiliada por un profesional en derecho, y deberá contener lo siguiente

1. Nombre completo y domicilio de los otorgantes.
2. Denominación o razón social y nombre comercial si lo hubiere.
3. Forma de integrar el Consejo de Administración.
4. Monto de Capital Pagado.
5. Forma, fechas y montos del capital lanzado la circulación, personas facultadas para intervenir en la venta de acciones.
6. Conforme a las clases de acciones, forma de distribuir las ganancias netas. Declaración de dividendos, base para determinar el valor que corresponde a cada acción. Condiciones de pago.
7. Duración de la Sociedad.
8. Naturaleza de sus operaciones.
9. Plazos y fechas en que deba convocarse la Asamblea general de accionistas.
10. Formalidades y requisitos que reunirán las convocatorias.
11. Como se determina el cuórum, Número de votos que se necesitan para tomar resolución, derecho de minorías, y derechos a impugnaciones.

12. Designación de los auditores.

13. Notario autorizante de la escritura de constitución, lugar y fecha.

### **1.3.2 Inscripción en el Registro mercantil**

Toda empresa que sea sociedad anónima debe de contar con una escritura pública elaborada al amparo del Código de Comercio, Decreto 2-70 del Congreso de la República, tienen la obligación de inscribirse en el Registro Mercantil General de la República, y para el efecto se deben de llenar los siguientes requisitos:

1. Formulario de solicitud de SOCIEDAD MERCANTIL, el cual se obtiene en el Registro Mercantil; debe ser llenado con todos los datos que se piden en el mismo, los cuales se obtienen de la escritura constitutiva. El formulario puede ser firmado por el Representante Legal o por Notario o persona interesada en inscribir la sociedad
2. Adjuntar fotocopia legalizada del testimonio de la escritura constitutiva de la sociedad.
3. Comprobante de pago por derechos de inscripción, según arancel del Registro Mercantil, este pago se calcula sobre el capital autorizado.

### **1.3.3 Inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT**

1. Se elaborará y presentará el formulario respectivo
2. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del documento personal de identificación (DPI).
3. Original y fotocopia legalizada y fotocopia simple del pasaporte del representante legal, en caso de ser extranjero.
4. Original y fotocopia simple de la patente de comercio y de sociedad.
5. Certificación de inscripción provisional ante el Registro Mercantil en caso de estar en trámite la patente de comercio y de sociedad.
6. Fotocopia simple del testimonio de la escritura de constitución.
7. Fotocopia del acta del nombramiento de Representante Legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil.

### **1.3.4 Inscripción en el instituto Guatemalteco de seguridad social**

1. Fotocopia de Patente de Comercio de la Sociedad.
2. Fotocopia de Escritura Pública de Constitución de Sociedad.
3. Fotocopia de Acta Notarial de nombramiento del Representante Legal, con la anotación en el Registro Mercantil.
4. Fotocopia del documento personal de identificación (DPI) del Representante Legal.
5. Fotocopia de la constancia del Número de Identificación Tributaria (NIT).

## **1.4 Legislación aplicable y vigente para una empresa distribuidora de electrodomésticos de línea.**

### **1.4.1 Antecedentes históricos**

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

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

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

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



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

#### **1.4.2 El Contribuyente**

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

En nuestra legislación, el Código Tributario en su capítulo II, sección segunda, establece que son contribuyentes: las personas individuales, prescindiendo de su capacidad legal, según el derecho privado y las personas jurídicas, que realizan o respecto de las cuales se verifican el hecho generador de la obligación tributaria. El contribuyente o sujeto pasivo es entonces el obligado por determinación expresa de la ley al pago de los tributos del cumplimiento de los deberes formales de las leyes, pagos de intereses y sanciones pecuniarias.

### **1.4.3 Entidad fiscalizadora**

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

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

#### **1.4.3.1 Facultades y atribuciones de la administración tributaria**

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

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

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

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

#### **1.4.4 La legislación tributaria en Guatemala**

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

##### **1.4.4.1 Código de Comercio (Decreto 2-70)**

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

La inscripción de una sociedad ante el Registro Mercantil le otorga el derecho al uso exclusivo de su razón social o de su denominación, la que deberá ser

claramente distinguible de cualquier otra y no podrá ser adoptada por sociedad del mismo o semejante objeto, mientras subsista inscrita la primera.

#### **1.4.4.2 Regímenes de Actividades Lucrativas (Decreto 10-2012) a partir de Enero de 2013 y Ley del Impuesto Sobre la Renta (Decreto 26-92) hasta el 31 de diciembre del año 2012.**

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

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

- a) Régimen Opcional Simplificado sobre ingresos de actividades Lucrativas:** contemplado el artículo 43 del decreto 10-2012 Regímenes de Actividades lucrativas establece una tarifa del 6% sobre el total de los ingresos grabados mensuales, pudiendo efectuar retención definitiva esta tarifa estará vigente para el año 2013. Y para el año 2014 la tarifa será del 7%.
  - a. Régimen General hasta el año 2012:** contemplar el artículo 44 de la ley del Impuesto Sobre la Renta establece una tarifa del 5% sobre el total de los ingresos grabados mensuales, pudiendo efectuar retención definitiva o pago directamente a cajas fiscales.

**b) Régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas:** Contemplado en el artículo 38 del decreto 10-2012, se podrá optar a pagar el impuesto aplicando a la renta imponible determinada el treinta y uno por ciento (31%). En este régimen, el impuesto se determinará y pagará por trimestres vencidos, sin perjuicios de la liquidación definitiva del periodo anual. El cual se podrá realizar de dos formas.

- a. Efectuar cierres parciales o una liquidación preliminar
- b. Sobre la base de una renta imponible estimada en ocho por ciento (8%) del total de las rentas brutas.
- c. **Régimen Optativo hasta el año 2012:** contemplando en el artículo 72 de la ley del Impuesto Sobre la Renta, podrán optar por pagar el impuesto aplicando a la renta imponible determinado y a las ganancias de capital, el tipo impositivo del treinta y uno por ciento (31%). En este régimen, el impuesto se determinará y pagará por trimestres vencidos, sin perjuicios de la liquidación definitiva del periodo anual.

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

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

#### 1.4.4.3 Ley del Impuesto al Valor Agregado (Decreto 27-92)

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

- a) **Crédito fiscal:** es la suma del impuesto encargado al contribuyente por las operaciones afectas durante el mismo periodo. Se reconocerá crédito fiscal cuando se cumplan los requisitos siguientes:
- I. Que se encuentra respaldado por las facturas, facturas especiales, notas de crédito impresas por la imprenta o los contribuyentes que autoimpriman los documentos y que se encuentren inscrita en registro fiscal de imprentas, asimismo como aquellos recibos de pago cuando se trate de importaciones o de las escrituras públicas;
  - II. Que dichos documentos se emitan a nombre del contribuyente y que contengan su número de identificación tributaria;
  - III. Que el documento indique en forma detallada el concepto unidades y valores de la compra de los bienes y cuando se trate de servicios, debe especificarse concretamente la clase de servicio recibido;
  - IV. Que se encuentre registrado en el libro de compras; y
  - V. Que el saldo del crédito fiscal se encuentre registrado en los libros de contabilidad como una cuenta por cobrar a favor del contribuyente.
- b) **Débito fiscal:** es la suma del impuesto que resulte por la emisión de facturas por ventas que se realicen y por los servicios que presten, incluso respecto a las operaciones externas, notas de débito por aumentos del precio o recargos por operaciones ya facturadas.

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

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

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

#### **1.4.4.4 Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y de Papel Sellado Especial para protocolos (Decreto 37- 92).**

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

Cuando el valor consignado en el documento gravado con tarifas al valor, sea de hasta treinta y tres quetzales (Q33.00.) no se genera impuesto.

La distribución y ventas de timbres fiscales y papel sellado especial para protocolos están a cargo de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT).

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

- a) Adhiriendo timbres fiscales al documento,
- b) En efectivo, en las cajas fiscales o en cualquier banco del sistema.

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

#### **1.4.4.5 Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria (Decreto 20-2006)**

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

- a) **Agentes de retención:** Son los contribuyentes que notificados por la Superintendencia de Administración Tributaria están obligados a retener el quince por ciento (15%) del Impuesto al Valor Agregado (IVA) por la adquisición de productos, así como de servicios, incluido en el monto total de cada factura, exceptuando a los contribuyentes comprendidos en el Decreto número 29-89 del Congreso de la República.

Las personas individuales o jurídicas propietarias de empresas clasificadas para hacer uso de los incentivos establecidos en el Decreto numero 29-89 del Congreso de la República, que se dediquen a la exportación de bienes o de servicios al momento de comprar o adquirir bienes, productos o



servicios pagarán al vendedor o prestador del servicio, el treinta y cinco por ciento (35%) del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y le retendrán el sesenta y cinco por ciento (65%) de dicho impuesto, incluido en el monto total de cada factura. En todos los casos la totalidad del impuesto retenido por el exportador será compensable con su crédito fiscal sujeto a devolución.

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

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

No practicará la retención que corresponda cuando les presten servicios o hagan compras menores a dos mil quinientos quetzales (Q2,500.00).

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

- Efectuar las retenciones establecidas en la ley, cuando deban actuar como agentes de retención.
- Enterar la totalidad del impuesto retenido y presentar ante la SAT, dentro de los primeros quince (15) días hábiles del mes inmediato siguiente, a aquel en el que se realice la retención.

- Llevar en la contabilidad un registro auxiliar con el detalle completo de las retenciones efectuadas.
- Entregar la constancia de retención prenumerada y autorizada por cada operación sujeta a retención del Impuesto al Valor Agregado, o de forma consolidada cuando el proveedor haya realizado más de una transacción con el agente de retención durante el mismo mes calendario.
- Estar al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

#### **1.4.4.6 Impuestos de Solidaridad (Decreto 73-2008)**

Es un impuesto a cargo de personas individuales o jurídicas, fideicomisos, contratos de participación, sociedades irregulares, sociedades de hecho, encargo de confianza, sucursales, agencias o establecimientos permanentes o temporales de personas extranjeras que operen en el país, copropiedades, comunidades de bienes, patrimonios hereditarios indivisos y de otras formas de organización empresarial, que dispongan de patrimonio propio, realicen actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional y obtengan un margen bruto superior al 4% de sus ingresos brutos.

- **Ingresos brutos:** Es el conjunto total de las rentas brutas, percibidas o devengadas habituales o no, incluyendo los ingresos de la venta de activos fijos obtenidos, declarados o que debieron declararse por el sujeto pasivo durante el periodo de liquidación definitiva anual sobre el impuesto sobre la renta anterior al que se encuentre en curso durante el trimestre por el que se determina y paga este impuesto. Se excluyen los impuestos por resarcimiento de pérdidas patrimoniales o personales provenientes de contratos de seguro, reaseguro y reafianzamiento correspondiente al periodo indicado.

- **Margen bruto:** Es la sumatoria del total de ingresos brutos por servicios prestados más la diferencia entre el total de ventas y su respectivo costo de ventas, los gastos de ventas y administración no deben incluirse como costos de ventas.
- **Hecho generador:** Es la realización de actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional por las personas, entes o patrimonios.
- **Período impositivo:** Es trimestral y se calculará por trimestre calendario.
- **Base imponible:** La constituye la que sea mayor entre:
  - a) La cuarta parte del monto del activo neto; o
  - b) La cuarta parte de los ingresos **brutos**.

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

## 1.5 Estructura Organizacional

Una estructura organizacional es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común.

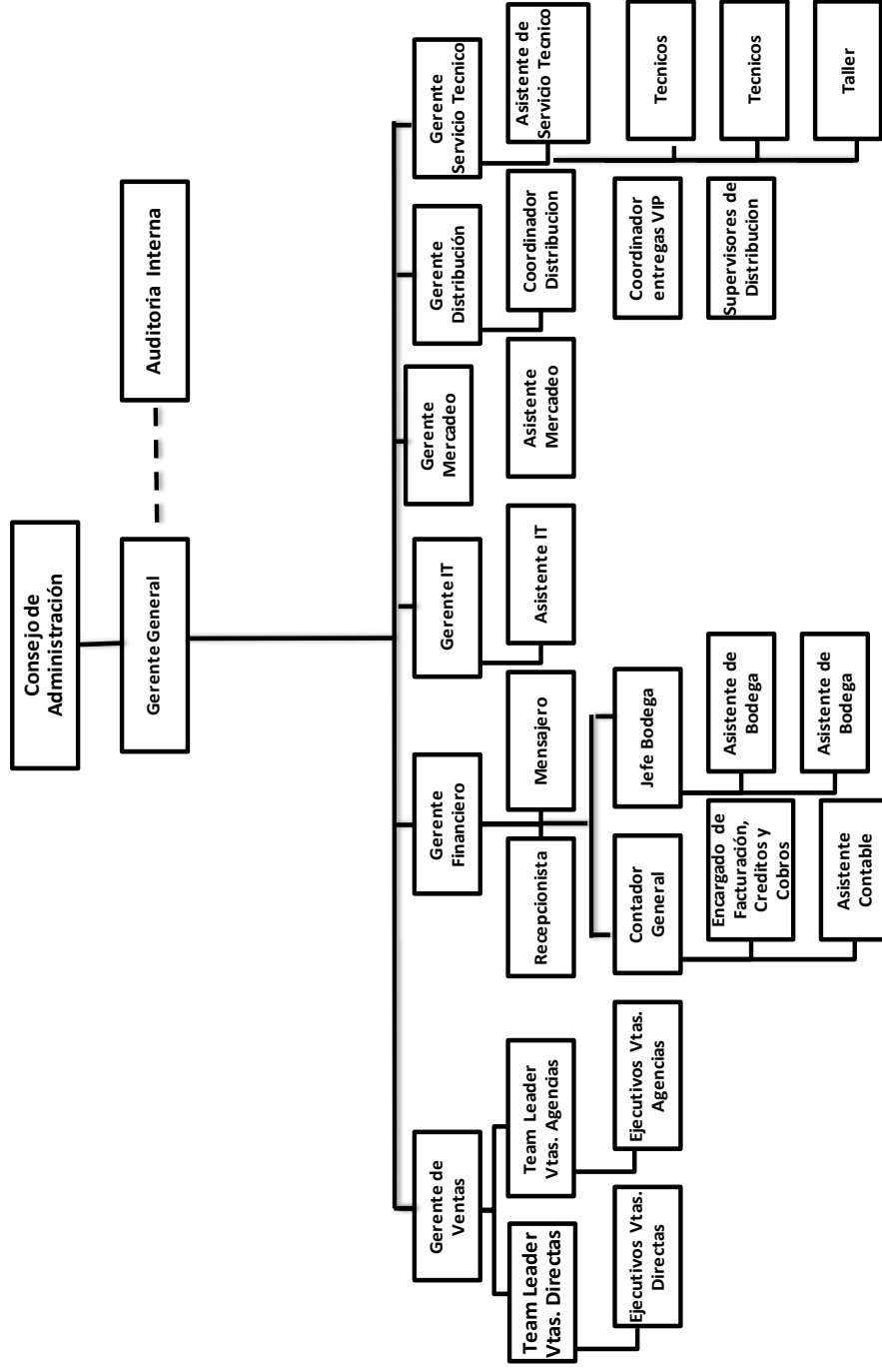
Una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

Es por tanto la estructura organizacional la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales. En esta sección analizaremos el proceso que siguen las organizaciones para decidir cuál debe ser su estructura organizacional y posteriormente veremos los tipos más habituales de estructuras que podemos encontrarnos distinguiendo entre: formales y informales, jerárquicas y planas y por

último veremos un resumen de los tipos de estructuras según han ido evolucionando con el tiempo.

Los organigramas son útiles porque exhiben la estructura formal de la organización y quién es responsable de ciertas tareas. Sin embargo, en la realidad, el organigrama no puede captar, ni con mucho, las relaciones interpersonales que constituyen la estructura informal de la organización. Herbert Simón ha descrito el caso de "las relaciones interpersonales de la organización que afectan sus decisiones internas, pero si no aparecen en el plan formal no son congruentes con él. Por ejemplo, en una etapa de gran actividad, un empleado puede acudir a otro en busca de ayuda, en lugar de pasar por un gerente. Así mismo, de empleado de ventas puede establecer una relación laboral con un empleado de producción, el cual le puede proporcionar información sobre la existencia de productos, mucho antes que un sistema formal de información. Además, quien quiera que haya trabajado en una organización conoce la importancia que tienen las estructuras en los organigramas.

**EJEMPLO DE ORGANIGRAMA  
REFRIGERADORA, S.A**



Fuente: Ilustración propia

## CAPÍTULO II

### INFORMACIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS COMERCIALES

#### 2. 1 Importancia de la información financiera

Muchas veces se ha dicho con acierto que: La información contable financiera dentro de la administración de una empresa, debidamente analizada e interpretada es la base de toda buena decisión, quiere decir que el ejecutivo financiero debe tomar decisiones y para ello 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 análisis e interpretaciones suficientes sobre dicha información contable-financiera. Una empresa cuenta con información financiera sobre hechos históricos y futuros que tiene elementos relacionados entre sí. Para encontrar estas relaciones existentes, es necesario realizar una auscultación de la información, la cual consiste en aplicar una gama de técnicas y procedimientos de tipo matemático. Posteriormente al análisis debemos aplicar nuestro criterio personal y experiencia práctica para poder emitir un diagnóstico sobre la situación financiera, resultados y proyecciones de la empresa, en forma similar al que realiza un médico al interpretar el análisis clínico de su paciente. Todo esto es con el fin de poder conocer si la estructura financiera es equilibrada, si los capitales en juego son los convenientes, si los proyectos de inversión de capitales han sido aplicados adecuadamente, si los créditos de terceros guardan relación con el capital contable, en fin una serie de razonamientos que son de gran utilidad para normar los caminos que deben seguir enfocándose.

Mediante el análisis e interpretación, el analista estudia y descubre lo que dicen o tratan de decir los estados financieros, en beneficio de los interesados en los mismos. El análisis financiero tiene a menudo por objeto la obtención de conclusiones acerca del futuro desarrollo de alguna actividad, sobre la base de su comportamiento pasado. El caso más común es el análisis del riesgo crediticio fundamentado, entre otras cosas, en el examen de los estados financieros del

cliente solicitante, correspondiente a uno o más periodos. Esto parece lo normal: Se da por hecho que una determinada función económica-financiera que se comportó de cierta manera en el pasado se seguirá comportando de la misma forma en el futuro y sin embargo este es uno de los aspectos que exige mayor discernimiento y habilidad analítica por parte del analista; ya que no siempre el pasado es un buen indicador del futuro y es precisamente en esos casos donde la contribución del analista financiero se torna de mayor valor. Más aún, las decisiones erróneas más costosas suelen prevenir situaciones en donde esa regla aparentemente lógica no se cumple. Las discontinuidades, los puntos inflexibles, los efectos de nuevos o distintos variables del contexto financiero, que impiden su cumplimiento, constituyen parte de lo que la metodología del análisis por un lado y la creatividad del analista por otro, deben detectar. El análisis financiero es una conjugación de tres factores:

- a) Empleo de las herramientas adecuadas.
- b) Uso de datos confiables, y
- c) Un analista que maneje y moldee los esquemas de pensamiento con buen criterio. Cualquier paso de esta cadena que falle, tendrá sus efectos sobre el producto final.

### **2.1.1 Finalidades de la información financiera**

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 dentro de los cuales los principales son:

- a) Directivos de alto nivel dentro de la organización de una empresa.
- b) Accionistas o propietarios.
- c) Instituciones y créditos.
- d) Inversionistas.

### 1.3 Estados Financieros

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

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

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

Existen dos tipos de estados financieros, según los presentan las normas internacionales de Auditoría NIA 700 y 805.

Cuando nos referimos a la norma internacional de auditoría 805 tenemos que tener presente

- a) Elementos de un estado financiero - Un elemento, cuenta o partida de un estado financiero.
- b) Un solo estado financiero o un elemento específico de un estado financiero incluye las notas relacionadas. Por lo general, las notas relacionadas contienen un resumen de las políticas contables importantes y otras acotaciones aclaratorias importantes para el estado financiero o el elemento.



## Ejemplos de elementos, cuentas o partidas específicos de un estado financiero

- Cuentas por cobrar, estimación para cuentas de cobro dudoso, inventario, pasivo por beneficios devengados de un plan de pensiones, activos intangibles, pasivo por reclamaciones “incurridas pero no reportadas” en una cartera de seguros, incluyendo las notas relacionadas.

Cumplir con todas las norma internaciones de auditoria NIA relevantes para la auditoría (NIA 200); en caso que el auditor no esté contratado para auditar el juego completo de estados financieros de la entidad, debe determinar si es factible la auditoría de un solo estado financiero o de un elemento específico de esos estados financieros de acuerdo con las NIA

Aceptabilidad del marco de referencia de información financiera para la auditoría de un solo estado financiero o de un elemento específico de un estado financiero, esta responsabilidad incluye si la aplicación del marco de referencia de información financiera resultará en una presentación que proporcione una adecuada revelación que permita a los usuarios entender la información comunicada en el estado financiero o en el elemento del mismo y el efecto de las transacciones y sucesos materiales relativos a la información comunicada en dicho estado financiero o en el elemento

### **2.2.1 Estructura y Contenido de los Estados Financieros.**

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

### **2.2.2 Identificación de los Estados Financieros**

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

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

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

### **2.2.3 Estado de Situación Financiera**

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

La entidad presentará sus activos corrientes y no corrientes, así como sus pasivos corrientes y no corrientes, como categorías separadas dentro del balance, excepto cuando la presentación basada en el grado de liquidez proporcione una

información relevante que sea más fiable. Cuando se aplique tal excepción, todos los activos y pasivos se presentarán atendiendo, en general, al grado de liquidez.

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

### **2.2.3.1 Activo Corriente**

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

- a) Se espera realizar en el transcurso del ciclo normal de explotación de la entidad;
- b) Se mantengan fundamentalmente con fines de negociación;
- c) Se espera realizar en el periodo de doce meses posteriores a la fecha de balance; o
- d) Se trate de efectivo u otro medio equivalente a efectivo.

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

En esta clasificación encontramos, caja y bancos e inversiones a corto plazo.

### **2.2.3.2 Pasivo Corriente**

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

- a) Se espera liquidar en el ciclo normal de explotación de la entidad;
- b) Se mantenga fundamental para negociación;
- c) Deba liquidarse dentro de los doce meses posteriores a la fecha de balance; o

- d) La entidad no tenga el derecho incondicional para aplazar la cancelación del pasivo durante, por lo menos, doce meses siguientes a la fecha de balance.

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

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

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

### **2.2.3.3. Información a revelar en el balance**

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

- a) Propiedad, planta y equipo;
- b) Propiedades de inversión;
- c) Activos intangibles;
- d) Activos financieros;
- e) Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación;
- f) Activos biológicos;
- g) Existencias;
- h) Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar;
- i) Efectivo y otros medios líquidos equivalentes;
- j) Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar;
- k) Provisiones;
- l) Pasivos financieros;
- m) Pasivos y activos por impuestos corrientes;

- n) Pasivos y activos por impuestos diferidos;
- o) Intereses minoritarios, presentados dentro del Patrimonio Neto; y
- p) Capital emitido y reservas atribuibles a los tenedores de instrumentos de Patrimonio Neto de la dominante.

**MODELO DE ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
DE ACUERDO A NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD NO. 1  
ENFOQUE CORRIENTE / NO CORRIENTE**

<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activos No Corrientes</b>		
Propiedad Planta y Equipo	x	
(-) Depreciación acumulada	x	x
Gastos Anticipados		x
Inversiones		x
<b>Total Activos no Corrientes</b>		<b>X</b>
<b>Activos Corrientes</b>		
Inventarios	x	
Cuentas por cobrar	x	
Caja y Bancos	x	
<b>Total Activos Corrientes</b>		<b>X</b>
<b>Suma del Activo</b>		<b>X</b>
<b>PATRIMONIO Y PASIVO</b>		
<b>CAPITAL</b>		
Capital social	x	
Reservas	x	xx
<b>PASIVO</b>		
<b>Pasivo No Corriente</b>		
Préstamos a largo plazo		x
<b>Pasivos Corrientes</b>		
Proveedores	x	
Préstamos a corto plazo	x	
Provisiones	x	xx
<b>Suma Patrimonio y pasivo</b>		<b>X</b>

## 2.2.4 Estado de Resultados Integral

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

Las entidades pueden presentar un estado del resultado del periodo y otro resultado integral único, presentados en dos secciones. Que se presentarán juntas, con la sección del resultado del periodo presentado en primer lugar seguido directamente por la sección del otro resultado integral. Como lo indica la norma.

### MODELO DE OTRO RESULTADO INTEGRAL DE ACUERDO A NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD NO. 1

<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>		<b>XX</b>
<b>Otros resultados integrales</b>		
Diferencial cambiario en conversión	x	
Cambios en el valor razonable de activos financieros para la venta	x	
Revaluación de Propiedad planta y equipo	x	
<b>OTRO RESULTADO INTEGRAL DEL AÑO</b>		<b>XX</b>
<b>RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL AÑO</b>		<b>XX</b>

#### **2.2.4.1 Información a revelar en el Estado de Resultados**

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

- a) Ingresos Ordinarios;
- b) Gastos Financieros;
- c) Participación en el resultado del ejercicio de las asociadas y negocios conjunto que se contabilicen según el método de la participación;
- d) Impuestos sobre las ganancias;
- e) Único importe que comprenda en el resultado después de impuestos procedentes de las actividades ininterrumpidas y el resultado después de impuesto que se haya reconocido por la medida de valor razonable mediante los costos de ventas; y
- f) Resultado del ejercicio.

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

#### **2.2.4.2 Naturaleza de los gastos**

“Los gastos se agruparán en la cuenta de resultados de acuerdo con su naturaleza (por ejemplo amortización, compra de materiales, costos de transporte, retribuciones a los empleados y costes de publicidad) y no se redistribuirán atendiendo a las diferentes funciones que se desarrollan en el seno de la entidad. Este método resulta simple de aplicar, puesto que no es necesario distribuir los gastos de la explotación entre las diferentes funciones que lleva acabo la entidad.”(11:20).Ejemplo:

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL  
MÉTODO SEGÚN NATURALEZA DE LOS GASTOS**

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

### 2.2.4.3 En función de los gastos

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

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL  
MÉTODO SEGÚN EN FUNCION DE LOS GASTOS**

Ingresos ordinarios	x
(-) Costos de ventas	<u>(x)</u>
Margen bruto	x
Otros ingresos	x
Gastos de operación	
Gastos de distribución	(x)
Otros gastos	(x)
Resultados del ejercicio	<u><u>XX</u></u>



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

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL  
MÉTODO SEGÚN EN FUNCION DE LOS GASTOS**

Ingresos ordinarios		x
Refrigeradoras	x	
Estufas	x	
Microondas	x	
(-) Costos de ventas		<u>(x)</u>
Inventario Inicial	(x)	
Compras	(x)	
Inventario Final	x	
Margen bruto		XX
Otros ingresos		x
Gastos de operación y distribución		(x)
Sueldos y Salarios de Operación	(x)	
Cuota patronal	(x)	
Mantenimiento y reparación	(x)	
Comisiones		
Gastos de Administración		(x)
Sueldos y salarios de administración	(x)	
Cuota patronal	(x)	
Comisiones	(x)	
Honorarios profesionales	(x)	
Seguros	(x)	
Otros gastos		<u>(x)</u>
<b>Resultados del ejercicio</b>		<u><u>XX</u></u>

### 2.2.5 Estado de Flujos de Efectivo

Es un estado contable básico que informa según la norma internacional de auditoría No. 7; sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento.

#### 2.2.5.1 Información a relevar en el Estado de Flujos de Efectivo

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

Términos utilizados en la preparación de un flujo de efectivo:

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

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

#### **2.2.5.2 Método directo**

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

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

**MODELO DE ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO  
MÉTODO DIRECTO**

**Flujo de Efectivo por Actividades de Operación**

Efectivo Recibido de Clientes	x	
Efectivo pagado a Proveedores	x	
Efectivo Usado en Otras Actividades de Operación	x	
Efectivo neto Proveniente de Actividades de Operación	<u>x</u>	xx

**Flujo de efectivo por Actividades de Inversión**

Compra de Terreno	x	
Mejoras a Edificios	x	
Compra de Maquinaria	x	
Inversión en Acciones	x	
Efectivo usado en Actividades de Inversión	<u>x</u>	xx

**Flujos de efectivo por Actividades de Financiamiento**

Pago de Dividendos	x	
Emisión de Bonos	x	
Efectivo Proveniente de Actividades de Financiación	<u>x</u>	xx
Aumento Neto de Efectivo y Equivalentes de Efectivo		<u>xx</u>
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Inicio del Año		<u>xx</u>
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Final del Año		<u>xx</u>

**Conciliación Entre la Ganancia Neta y El Efectivo Proveniente de Actividades de Operación**

**Ganancia del Ejercicio** xx

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

Depreciaciones	x	
Amortizaciones	x	
Seguros no Vencidos	x	
Cuenta Incobrables	x	

**Flujo de Efectivo Por Actividades de Operación**

**Cambios en Activos y Pasivos**

Disminución de Inventarios	x	
Aumento en Clientes	x	
Disminución de Proveedores	x	
Disminución en Cuentas por Pagar	x	
Aumento en Anticipo a Vendedores	x	
Disminución Inversión en Acciones	x	
Efectivo Proveniente de Actividades de Operación	<u>x</u>	<u>xx</u>

### 2.2.5.3 Método Indirecto

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

<b>MODELO DE ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO MÉTODO INDIRECTO</b>		
<b>Ganancia del Ejercicio</b>		XX
Depreciaciones	x	
Amortizaciones	x	
Seguros no Vencidos	x	
Cuentas Incobrables	x	
	<hr/>	
<b>Flujo de Efectivo Por Actividades de Operación</b>		
<b>Cambios en activos y pasivos</b>		
Disminución en Inventarios	x	
Aumento en Clientes	x	
Disminución en proveedores	x	
Disminución en Cuentas Por Pagar	x	
Aumento en Anticipo a Vendedores	x	
	<hr/>	
Efectivos Provenientes de Actividades de Operación		XX
<b>Flujo de Efectivo por Actividades de Inversión</b>		
Compra de Terreno	x	
Mejoras a Edificios	x	
Compra de Maquinaria	x	
Depreciación Herramientas	x	
Inversión en Acciones	x	
	<hr/>	
Efectivo Utilizado en Actividades de Inversión		XX
<b>Flujos de efectivo por Actividades de Financiamiento</b>		
Pago de Dividendos	x	
Emisión de Bonos	x	
	<hr/>	
Efectivo Proveniente de Actividades de Financiamiento		XX
Aumento Neto de Efectivo y Equivalentes de Efectivo		XX
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Inicio de Año		<hr/>
Efectivos y Equivalentes de Efectivo al Final del Año		<hr/> <hr/>

## 2.2.6 Estado de cambios en el Patrimonio Neto

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

### 2.2.6.1 Información a revelar en el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto

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

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

#### MODELO DE ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

	Capital Social	Utilidades Retenidas	Reserva Legal	Total
Saldos al 31 de diciembre de 2010	x	x	x	x
Utilidad del Ejercicio		x		x
Traslado de la reserva legal		(x)	x	-
Distribucion de Dividendos		(x)		(x)
Saldos al 31 de diciembre de 2011	x	x	x	x

### **2.2.7 Notas a los Estados Financieros**

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

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

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

## NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

---

<b>Nota 1.</b>	Historia de la Entidad
<b>Nota 2.</b>	Unidad monetaria organización y objetivos
<b>Nota 3.</b>	Políticas contables Reconocimiento de ingresos Provisión de cuentas incobrables Estimaciones contables Provisión para indemnizaciones Moneda Extranjera
<b>Nota 4.</b>	Propiedad, planta y equipo
<b>Nota 5.</b>	Inversiones
<b>Nota 6.</b>	Inventarios
<b>Nota 7.</b>	Clientes
<b>Nota 8.</b>	Efectivo y Equivalentes
<b>Nota 9.</b>	Capital
<b>Nota 10.</b>	Préstamos Bancarios
<b>Nota 11.</b>	Proveedores
<b>Nota 12.</b>	Ventas
<b>Nota 13.</b>	Costo de Ventas
<b>Nota 14.</b>	Gastos de ventas y administración
<b>Nota 15.</b>	Otros gastos y productos financieros
<b>Nota 16.</b>	Saldos y transacciones de relacionadas
<b>Nota 17.</b>	Impuesto sobre la renta
<b>Nota 18.</b>	Contingencias
<b>Nota 19.</b>	Eventos subsecuentes

---



## **2.2.8 Características de los Estados Financieros**

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

### **2.2.8.1 Utilidad**

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

### **2.2.8.2 Confiabilidad**

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

### **2.2.8.3 Oportunidad**

Es un aspecto muy importante, ya que es necesario que la información contable esté a tiempo para que esta llegue al usuario al momento de tomar decisiones para lograr sus fines, aunque la información haya sido preparada con estimaciones cuyos efectos no se conocen totalmente.

### **2.2.8.4 Objetividad**

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

### **2.2.8.5 Verificabilidad**

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

#### **2.2.8.6. Provisionalidad**

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

#### **2.2.9 Finalidad de los Estados Financieros**

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

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

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

#### **2.2.10 Responsabilidad de la Emisión de los Estados Financieros**

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

### **2.2.11 Clasificación de los Estados Financieros**

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

En base a la información que presentan pueden ser:

#### **2.2.11.1 Principales**

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

Estado de Resultados, Balance General, Estados de Cambios en el Patrimonio Neto, Estado de Flujos de Efectivo y Notas a los Estados Financieros.

#### **2.2.11.2 Secundarios**

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

En base a la cantidad de la información que se presenta puede ser:

#### **2.2.11.3 Resumidos**

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

#### **2.2.11.4 Detallados**

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

En base al tiempo que representan, pueden ser:

#### **2.2.11.5 Históricos**

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

#### **2.2.11.6 Intermedios**

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

#### **2.2.11.7 Estimados**

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

#### **2.2.12 Usuarios de los Estados Financieros**

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

### **2.2.12.1 Accionistas o Propietarios**

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

### **2.2.12.2 Empleados**

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

### **2.2.12.3 Entidades financieras y Bancos**

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

### **2.2.12.4 Proveedores**

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

### **2.2.12.5 Clientes**

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

### **2.2.12.6 Entidades recaudadoras de impuestos**

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

### **2.3 Razones Financieras aplicables a la información financiera**

Las Razones Financieras, también llamadas Ratios Financieras o indicadores financieros, son coeficientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación, a través de las cuales la relación (por división) entre sí de dos datos financieros directos permiten analizar el estado actual o pasado de una organización, en función a niveles óptimos definidos para ella.

Las Razones Financieras son comparables con las de la competencia y llevan al análisis y reflexión del funcionamiento de las empresas frente a sus rivales a continuación se explican los fundamentos de aplicación y cálculo de cada una de ellas.

#### **2.3.1 Historia de las razones financieras**

El Análisis de Ratios Financieros, de Índices, de Razones o de Cocientes, fue una de las primeras herramientas desarrolladas del Análisis Financiero,

A comienzos del siglo XIX, el uso por parte de los analistas de estados contables se hizo patente, de forma especial, la utilización de la razón de circulante o índice de liquidez. Durante el siglo XX, se produjo una estandarización del conjunto de índices que se habían creado. Con este objeto, se crearon niveles óptimos para cada razón financiera, no importando si la entidad u organización a analizar era el estado de la economía de un país, o bien, una empresa en particular.

Debido a las múltiples diferencias existentes en las organizaciones, el uso actual de estas razones no puede o debe ser estandarizado, ya que, cada empresa o entidad posee óptimos que la identifican, en función de la actividad que desarrolla, los plazos que utiliza, etcétera.

### **2.3.2 Objetivo de las razones financieras**

El objetivo del análisis de los estados financieros es simplificar las cifras y sus relaciones y hacer factible las comparaciones para facilitar su interpretación.

Por interpretación se entiende dar un significado a los estados financieros y determinar las causas de hechos y tendencias favorables o desfavorables relevadas por el análisis de dichos estados, con la finalidad de eliminar los efectos negativos para el negocio o promover aquellos que sean positivos

### **2.3.3 Razones de Solvencia**

Solvencia es la capacidad que tiene la empresa para cubrir con sus obligaciones de corto plazo a medida que éstas llegan a su vencimiento. El activo corriente debe mayor a su pasivo corriente para tener disponibilidad inmediata. Con activos corrientes que se esperan sean realizados en un período no mayor a un año.

Los más importantes se presentan a continuación

- **Capital neto de trabajo**

Esta razón nos proporciona la medición del activo corriente versus pasivo corriente, es decir con cuantos activos corrientes se cuenta para cubrir los pasivos corrientes. El monto obtenido debiera ser positivo para asegurarse de que las obligaciones corrientes pueden cumplirse en cualquier momento.

- $CNT = (\text{Activo corriente} - \text{pasivo corriente})$

- **Razón corriente o Índice de Solvencia:**

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

$$IS = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

El parámetro que generalmente se considera como aceptable es de dos quetzales de activo corriente por uno de pasivo corriente o cualquier índice mayor a este es bueno.

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

$$ACIDO = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

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

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



### 2.3.4 Razones de Actividad

También conocidas como razones de eficiencia o de rotación, sirven para determinar la eficiencia de las empresas en el uso de sus activos. Algunos aspectos del análisis de actividad guardan un vínculo estrecho con el análisis de liquidez.

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

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

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

PPCC = Cuentas por Cobrar

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

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

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

$$PC = \frac{360 \text{ o } 365}{\text{Rotacion de Cuentas por cobrar}}$$

Es resultado de esta razón es en días, un índice aceptable sería de 60 días; si el índice es más bajo sería muy bueno para cualquier empresa.

- **Razones de inventario:** Si una empresa dispone de inventarios excesivos, significa que está comprometiendo fondos en inventarios que podrían invertirse mejor en otros activos más rentables. Además, incurrirá en costos altos de manejo para almacenar sus mercancías, sin descartar el riesgo de obsolescencia de las mismas. Las dos razones más importantes son:
  - **Rotación de inventarios:** Indica las veces que el inventario rota durante un periodo de tiempo determinado o, en otras palabras, el número de veces que dicho inventario se convierte en efectivo o cuentas por cobrar

$$RI = \frac{\frac{\text{Saldo inicial de Inv.} + \text{Saldo final de Inv.}}{2}}{\text{Costo de mercadería vendida}} = \text{Rotación de Inventario}$$

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

- **Número de días en inventario:**

Nos indica la duración de tiempo requerido para comprar, vender y poner el inventario.

$$\text{PPI} = \frac{360 \text{ o } 365}{\text{Rotacion de Inventarios}}$$

El aumento en el número de días en inventario implica un mayor riesgo de obsolescencia. El parámetro aceptable para este índice es de 45 días, un índice mayor a este sería de verificar.

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

$$\text{Número de días en inventario} + \text{Número de días en CxC}$$

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

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

PPCP=	$\frac{\text{Saldo inicial de CxP} + \text{Saldo final de CxP}}{2}$	=	Promedio de CxP
RCP=	$\frac{\text{Compras al crédito}}{\text{Promedio de CxP}}$	=	Rotación de CxP
PPCP = Cuentas por Pagar			

Un parámetro aceptable es de 6 o menos veces, ya que a mayor rotación nos indica que se está derogando más efectivo.

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

PPCP=	$\frac{360 \text{ o } 365}{\text{Rotacion de Cuentas por pagar}}$
-------	---

El parámetro deberá ser de 60 ó más días, ya que un mayor índice representa que el efectivo permanece más tiempo en nuestras manos y podemos hacer una planeación más adecuada de nuestros pagos, a corto y mediano y largo plazo.

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

RAT	$\frac{\text{Saldo Inicial de activos} + \text{Saldo final de activos}}{2} = \text{Promedio de Activos}$
RAT	$\frac{\text{Ventas netas}}{\text{Promedio activo total}}$
PPCP = Cuentas por Pagar	

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

### 2.3.5 Razones de rentabilidad

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

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

$$\text{Mn} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Un parámetro estándar podrá ser del 20% o 30%, lo que significa que la empresa por cada quetzal que venda obtendrá una utilidad de 0.20 o 0.30 centavos.

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

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

$$\text{RI} = \frac{\text{Utilidad Neta} + \text{Intereses Gasto} * 31\%}{\text{Promedio de activo Total}}$$

El parámetro de esta razón puede ser un poco variable, pero lo recomendable es que sea por lo menos de un 5% o más.

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

$$RP = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Un parámetro aceptable será de 60% o más.

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

$$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo total Promedio}}$$

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

- d) **Utilidades por acción:** Indica las ganancias alcanzadas por cada acción común, cuando se incluyen acciones preferentes en la estructura del capital, la utilidad neta debe reducirse por los

dividendos preferentes para determinar el monto aplicable a las acciones comunes. Esta razón constituye un indicador útil del desempeño operacional de la empresa, como también de los dividendos que se deben esperar.

$$\frac{\text{Utilidad neta - dividendo preferencial}}{\text{Promedio de acciones comunes}}$$

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

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

$$\frac{\text{Capital Contable}}{\text{Números de acciones}}$$

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



### 2.3.6. Razones de estabilidad:

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

- a) **Estabilidad:** Nos muestra la forma en que los activos no corrientes están garantizando las obligaciones a largo plazo, o sea cuanto de ese activo no corriente tiene la empresa para garantizar o en su defecto pagar un quetzal de pasivo no corriente.

$$\frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Pasivo no corriente}}$$

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

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

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

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

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activos Totales}}$$

Es importante mencionar que el capital de los socios no debe emplearse únicamente para la compra de activos, ya que de seguir este procedimiento no se estará utilizando en otras fuentes de financiamiento existentes, considerando como aceptable un 40%. Este es otra razón que utilizan los acreedores para establecer el riesgo que estén dispuestos a compartir con los propietarios al otorgarles crédito

- c) **Endeudamiento:** Mide el grado de financiamiento por parte de terceros en los activos de la empresa. Se le conoce con el nombre de “**apalancamiento financiero**”, o sea mide la presentación de los activos financiados por deuda, si el porcentaje es mayor de sesenta por ciento (60%) la empresa está corriendo un nivel alto de financiamiento, que al final puede ser riesgoso; sin embargo, se debe tomar en cuenta el tipo de empresa para determinar si éste puede ser mayor o menor.

$$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

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

$$\frac{\text{Activos totales}}{\text{Pasivos Totales}}$$

Este índice debe ser mayor a uno, a medida que se reduce la razón, y sobre todo cuando se acerca a uno, significa que la empresa ya no posee capital, cuando es menor que uno la empresa está en posición de pérdida o sea en quiebra técnica. Por el contrario un índice muy elevado de esta razón implica que la empresa no tiene pasivos y está trabajando exclusivamente con su patrimonio, lo cual no puede ser conveniente en algunos casos, ya que no se estarían utilizando las fuentes de financiamiento disponibles.

## **2.4 El punto de equilibrio**

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Hallar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos. Mientras que analizar el punto de equilibrio es analizar dicha información para que en base a ella podamos tomar decisiones.

Hallar y analizar el punto de equilibrio nos permite, por ejemplo:

- a) obtener una primera simulación que nos permita saber a partir de qué cantidad de ventas empezaremos a generar utilidades.
- b) conocer la viabilidad de un proyecto (cuando nuestra demanda supera nuestro punto de equilibrio).
- c) saber a partir de qué nivel de ventas puede ser recomendable cambiar un Costo Variable por un Costo Fijo o viceversa, por ejemplo, cambiar comisiones de ventas por un sueldo fijo en un vendedor.

### **2.4.1 Pasos para hallar y analizar el punto de equilibrio**

Veamos a continuación cómo hallar y analizar el punto de equilibrio a través de los siguientes pasos:

#### **2.4.1.1. Definir costos**

En primer lugar debemos definir nuestros costos. Lo usual es considerar como costos a todos los desembolsos, incluyendo los gastos de administración y de ventas, pero sin incluir los gastos financieros ni los impuestos (método de los costos totales). Cuando se trata de un pequeño negocio, es preferible considerar

como costos a todos los desembolsos de la empresa, incluyendo los gastos financieros y los impuestos.

#### **2.4.1.2. Clasificar costos en Costos Variables (CV) y en Costos Fijos (CF)**

Una vez que hemos determinado los costos que utilizaremos para hallar el punto de equilibrio, pasamos a clasificarlos o dividirlos en Costos Variables y en Costos Fijos:

- a) Costos Variables: son los costos que varían de acuerdo con los cambios en los niveles de actividad, están relacionados con el número de unidades vendidas, volumen de producción o número de servicios realizado; ejemplos de costos variables son los costos incurridos en materia prima, combustible, salario por horas, etc.
- b) Costos Fijos: son costos que no están afectados por las variaciones en los niveles de actividad; ejemplos de costos fijos son los alquileres, la depreciación, los seguros, etc.

#### **2.4.1.3. Hallar costo variable unitario**

El siguiente paso consiste en hallar el Costo Variable Unitario (CVU), el cual se obtiene al dividir los Costos Variables Totales entre el número de unidades producidas y vendidas.

#### 2.4.1.4. Aplicar fórmula del punto de equilibrio

La fórmula para hallar el punto de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - (PVU - CVU)}$$

Dónde:

Pe: punto de equilibrio (unidades a vender, de tal modo que los ingresos sean iguales a los costos).

CF: costos fijos.

PVU: precio de venta unitario.

CVU: costo variable unitario.

El resultado de la fórmula será en unidades físicas; si queremos hallar el punto de equilibrio en unidades monetarias, simplemente debemos multiplicar el resultado por el precio de venta.

#### 2.4.1.5. Comprobar resultados

Una vez hallado el punto de equilibrio, pasamos a comprobar el resultado a través de la elaboración de un estado de resultados.

#### 2.4.1.6. Análisis del punto de equilibrio

Y, por último, una vez hallado el punto de equilibrio y comprobado el resultado a través de un estado de resultados, pasamos a analizarlo, por ejemplo, para saber cuánto necesitamos vender para alcanzar el punto de equilibrio, o saber cuánto debemos vender para generar determina utilidad.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS**

#### **3.1 Concepto de Análisis e Interpretación de Estados Financieros**

Primero, algunos conceptos referidos al empleo de las palabras análisis e interpretación:

La Real Academia Española define:

Análisis: “Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. Examen que se hace de una obra, de un escrito o de cualquier realidad susceptible de estudio intelectual”.

Interpretación: “Acción y efecto de interpretar”.

Interpretar: “Explicar o declarar el sentido de una cosa, y principalmente el de textos faltos de claridad. Explicar, acertadamente o no acciones, dichos o sucesos que pueden ser entendidos de diferentes modos. Concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad.”

El análisis financiero se trata de un juicio crítico cuyo fin es emitir una opinión sobre la situación económico-financiera de la empresa analizada, o de los derechos que sobre ella detectan los agentes externos. La tarea de análisis queda conceptualizada como la formulación de juicios útiles que reduzcan al máximo la incertidumbre a la que se encuentra expuesto el agente externo, en un proceso de asignación de recursos, proporcionando estimaciones del riesgo y de los rendimientos futuros asociados a dicha asignación.

Por interpretación de Estados Financieros debemos entender:

La apreciación relativa de conceptos y cifras del contenido de los Estados Financieros, basado en el análisis y la comparación.

Consiste en una serie de juicios personales relativos al contenido de los estados financieros, basados en el análisis y en la comparación.

Es la emisión de un juicio, criterio u opinión de la información contable de una empresa, por medio de técnicas o métodos de análisis que hacen más fácil su comprensión y presentación.

Es una función administrativa y financiera que se encarga de emitir los suficientes elementos de juicio para apoyar o rechazar las diferentes opiniones que se hayan formado con respecto a situación financiera que presenta una empresa.”

### **3.1.1 Diferencia entre Análisis e Interpretación**

Algunos contadores no hacen distinción alguna entre el análisis y la interpretación de la información financiera. El análisis de estados financieros es un trabajo arduo que consiste en efectuar un sinnúmero de operaciones matemáticas para calcular variaciones en los saldos de las partidas a través de los años, así como para determinar sus porcentajes de cambio, se calcularán razones financieras, así como porcentajes integrales. Para facilitar la interpretación, se lleva a cabo otro proceso de sumarización que es el análisis, en el que se intentará encontrar los puntos fuertes y débiles de la compañía cuyos estado, se están analizando e interpretando.



### **3.1.2 Objetivo del Análisis e Interpretación de Estados Financieros**

Uno de los objetivos del análisis financiero es evaluar los puntos fuertes y débiles de una empresa. Los puntos fuertes deben ser analizados y explotados al máximo, competitivamente dará ventajas si son utilizados con acierto por parte de la gerencia. Los puntos débiles también son importantes porque permitirán tomar decisiones para corregir los errores y deficiencias que se estén cometiendo en la administración de la empresa. Adicionalmente, el objetivo de todo método analítico es simplificar y reducir los datos de manera que sean más comprensibles.

### **3.1.3 Importancia del Análisis e Interpretación de Estados Financieros**

El análisis e interpretación es importante para predecir futuras necesidades de financiamiento y la capacidad de la entidad para afrontarlos; igualmente es útil para evaluar la posibilidad que tiene de distribuir recursos entre aquellos que tienen un interés en dicha entidad. La información relativa a liquidez y solvencia es útil para determinar la posibilidad de la entidad para cumplir sus compromisos financieros a la fecha de vencimiento de estos.

Los resultados de las operaciones realizadas por la entidad es una información requerida para conocer la rentabilidad de la misma y predecir la capacidad que tiene para generar flujos de efectivo a partir de los recursos operativos que utiliza y otros adicionales que potencialmente pudiera obtener.

La gerencia tiene igualmente interés en la información contenida en los Estados Financieros y adicionalmente tiene acceso a información de naturaleza gerencial y financiera que la ayuda a tomar decisiones en sus actividades de planeación y control de las operaciones de la entidad.

La importancia del análisis va más allá de lo deseado de la dirección ya que con los resultados se facilita su información para los diversos usuarios. El ejecutivo financiero se convierte en un tomador de decisiones sobre aspectos tales como dónde obtener los recursos, en qué invertir, cuáles son los beneficios o utilidades de las empresas cuándo y cómo se le debe pagar a las fuentes de financiamiento, se deben reinvertir las utilidades.

### **3.1.4 Métodos de análisis de información financiera**

Los métodos de análisis no son instrumentos que puedan sustituir al pensamiento ni a la experiencia acumulada, porque esta es lo que los afina. El método es un auxiliar, no un sustituto de las cualidades humanas sobre las cuales descansa la corrección y profundidad de la interpretación de las cifras.

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

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

#### **3.1.4.1 Análisis mediante indicadores financieros**

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

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

#### **3.1.4.2 Análisis horizontal**

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

El análisis horizontal se presenta por lo general en Estados Financieros comparativos, enfatiza la tendencia de las diferentes cuentas; facilita identificar las áreas de mayor divergencia que requiere el análisis adicional.

**MODELO DE ANÁLISIS HORIZONTAL**

	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>VARIACIÓN</b>	<b>% DE VARIACIÓN</b>
<b>ACTIVOS</b>				
<b>Activos No Corrientes</b>				
Propiedad Planta y Equipo	1,350,000	1,450,000	(100,000)	-7%
Gastos Anticipados	350,000	150,000	200,000	133%
Inversiones	250,000	175,000	75,000	43%
<b>Total Activos no Corrientes</b>	<b>1,950,000</b>	<b>1,775,000</b>	<b>175,000</b>	<b>169%</b>
<b>Activos Corrientes</b>				
Inventarios	600,000	450,000	150,000	33%
Cuentas por cobrar	700,000	800,000	(100,000)	-13%
Caja y Bancos	150,000	75,000	75,000	100%
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>1,450,000</b>	<b>1,325,000</b>	<b>125,000</b>	<b>121%</b>
<b>Suma del Activo</b>	<b>3,400,000</b>	<b>3,100,000</b>		
<b>PATRIMONIO Y PASIVO</b>				
<b>CAPITAL</b>				
Capital social	1,250,000	1,250,000	0	0%
Reservas	150,000	75,000	75,000	100%
<b>Total Capital</b>	<b>1,400,000</b>	<b>1,325,000</b>	<b>75,000</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVO</b>				
<b>Pasivo No Corriente</b>				
Prestamos a largo plazo	450,000	500,000	(50,000)	-10%
<b>Pasivos Corrientes</b>				
Proveedores	875,345	914,647	(39,302)	-4%
Prestamos a corto plazo	225,000	250,000	(25,000)	-10%
Provisiones	449,655	110,353	339,302	307%
<b>Total Pasivo Corrientes</b>	<b>1,550,000</b>	<b>1,275,000</b>	<b>275,000</b>	<b>293%</b>
<b>Suma Patrimonio y pasivo</b>	<b>3,400,000</b>	<b>3,100,000</b>		

### 3.1.4.3 Análisis vertical

“Consiste en relacionar cada cuenta del balance y del Estado de Resultados con una cifra base de dichos Estados Financieros,”

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

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

“Así como el análisis horizontal, el análisis vertical tampoco es el final del proceso, el analista debe estar preparado para ahondar en áreas que el análisis horizontal

### MODELO DE ANÁLISIS VERTICAL

#### ACTIVOS

<b>Activos No Corrientes</b>		1,950,000	57%
Propiedad Planta y Equipo	1,350,000		40%
Gastos Anticipados	350,000		10%
Inversiones	250,000		7%
<b>Activos Corrientes</b>		1,450,000	43%
Inventarios	600,000		18%
Cuentas por cobrar	700,000		21%
Caja y Bancos	150,000		4%
<b>Total Activos Corrientes</b>			
<b>Suma del Activo</b>		<b>3,400,000</b>	<b>100%</b>

#### PATRIMONIO Y PASIVO

<b>CAPITAL</b>		1,400,000	41%
Capital social	1,250,000		37%
Reservas	150,000		4%
<b>Total Capital</b>			
<b>PASIVO</b>			
<b>Pasivo No Corriente</b>		450,000	13%
Prestamos a largo plazo	450,000		
<b>Pasivos Corrientes</b>		1,550,000	46%
Proveedores	875,345		26%
Prestamos a corto plazo	225,000		7%
Provisiones	449,655		13%
Total Pasivo Corrientes			
<b>Suma Patrimonio y pasivo</b>		<b>3,400,000</b>	<b>100%</b>

#### 3.1.4.4 Análisis vertical por porcentos integrales

Se utiliza para medir la participación que tiene cada componente de los Estados Financieros dentro del mismo estado financiero al que pertenece, es decir el total es el cien por ciento y cada componente representa un porcentaje del mismo. En el siguiente ejemplo podemos observar la relación en porcentos integrales de las cuentas del Balance de Situación Financiera.

## **3.2 Información financiera por segmentos**

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

### **3.2.1 Segmentos de operación**

Un segmento de operación es un componente de una entidad:

- ✓ Que desarrolla actividades de negocio de las que puede obtener ingresos de las actividades ordinarias e incurrir en gastos (incluidos los ingresos de las actividades ordinarias y los gastos por transacciones con otros componentes de la misma entidad).
- ✓ Cuyos resultados de operación son revisados de forma regular por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, para decidir sobre los recursos que deben asignarse al segmento y evaluar su rendimiento; y sobre el cual se dispone de información financiera diferenciada.
- ✓ Un segmento de operación podrá comprender actividades de negocio de las que aún no se obtengan ingresos, por ejemplo, los negocios de nueva creación pueden ser segmentos de operación antes de que se obtengan ingresos de sus actividades ordinarias.

No todas las partes de una entidad son necesariamente segmentos de operación o integrantes de ellos. Por ejemplo, es posible que la sede social o algunos departamentos funcionales no obtengan ingresos de las actividades ordinarias o los obtengan con un carácter meramente accesorio a las actividades de la entidad, en cuyo caso no serían segmentos de operación. A efectos de la presente NIIF, los planes de beneficios posempleo de una entidad no son segmentos de operación.

La expresión “máxima autoridad en la toma de decisiones de operación” designa una función y no necesariamente a un directivo con un cargo específico. Esa función consiste en la asignación de recursos a los segmentos de operación de una entidad y la evaluación de su rendimiento. Con frecuencia, la máxima

autoridad en la toma de decisiones de operación de una entidad es su presidente ejecutivo o su director de operaciones, pero podría ser también, por ejemplo, un grupo de directores ejecutivos u otros.

En muchas entidades, las tres características de los segmentos de operación descritas en el párrafo 5 según lo indica la NIIF 8 identifican claramente a sus segmentos de operación. No obstante, una entidad puede elaborar informes en los que sus actividades de negocio se presenten de diversas formas. Si la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación utilizase más de un tipo de información segmentada, otros factores podrían servir para identificar a un determinado conjunto de componentes como segmentos de operación de una entidad, entre ellos la naturaleza de las actividades de negocio de cada componente, la existencia de gestores responsables de los mismos y la información presentada al consejo de administración.

Generalmente, un segmento de operación tiene un responsable del segmento que rinde cuentas directamente a la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación y se mantiene regularmente en contacto con ella, para tratar sobre las actividades de operación, los resultados financieros, las previsiones o los planes para el segmento. El término “responsable del segmento” identifica una función, y no necesariamente a un directivo con un cargo específico. En algunos segmentos de operación, la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación podría ser también el responsable del segmento. Un mismo directivo podría actuar como responsable del segmento para varios segmentos de operación. Cuando en una organización haya más de un conjunto de componentes que cumplen las características descritas en el párrafo 5 según lo indica la NIIF 8, pero sólo uno de ellos cuenta con responsable del segmento, este conjunto constituirá los segmentos de operación.

Las características descritas en el párrafo 5 según lo indica la NIIF 8 pueden aplicarse a dos o más conjuntos de componentes que se solapen y para los que existan responsables. Esta estructura es referida a veces como organización matricial. Por ejemplo, en algunas entidades, ciertos directivos son responsables de diferentes líneas de productos y servicios en todo el mundo, mientras que otros

lo son de zonas geográficas específicas. La máxima autoridad en la toma de decisiones de operación examina de forma regular los resultados de operación de ambos conjuntos de componentes y cuenta con información financiera sobre ambos. En esa situación, la entidad determinará cuál es el conjunto cuyos componentes definen los segmentos de operación por referencia al principio básico.

### **3.2.2 Alcance**

La norma internacional de información financiera número ocho segmentos de operación permite a los usuarios de los estados financieros evaluar la naturaleza y los efectos financieros de las actividades que desarrolla en el negocio, y en los entornos económicos en los que opera, también define los criterios para preparar y revelar información a los usuarios, y aplica solamente a empresas que negocian sus deudas o acciones en forma pública de la siguiente manera:

- a) “Los Estados Financieros separados o individuales de una entidad o los Estados Financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora:
  - I. Cuyos instrumentos de deuda o de Patrimonio Neto se negocien en un mercado público; o en bolsa de valores nacional o extranjera, o en un mercado no organizado, incluyendo los mercados locales y regionales
  - II. Que registre, o esté en proceso de registrar, los Estados Financieros consolidados en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público.”
  
- b) Los Estados Financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora:



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

Cuando una entidad que no esté obligada a aplicar esta Norma Internacional de Información Financiera opte por revelar información sobre segmentos que no cumpla con ella, no describirá esa información como información por segmentos. Si un informe financiero de una entidad controladora que se encuentre dentro del alcance de esta Norma Internacional de Información Financiera incluyese tanto sus estados financieros consolidados como sus estados financieros separados, solo se requerirá información por segmentos en los estados financieros consolidados

### **3.2.2.1 Objetivos**

Es ayudar a los usuarios de los Estados Financieros a:

- Entender mejor el desempeño de la entidad en el pasado;
- Evaluar mejor los rendimientos y riesgos de la entidad; y

Realizar juicios más informados acerca de la entidad en su conjunto

### **3.2.3.1 Segmento de negocio**

La Real Academia Española define la palabra segmento, “como una porción o parte cortada o separada de una cosa o de un todo”.

En términos contables, la norma Internacional de Información Financiera número ocho indica que es un componente identificable de la entidad, encargado de suministrar un único producto o servicio, o bien un conjunto de ellos que se encuentran relacionados, y que se caracteriza por estar sometido a riesgos y rendimientos de naturaleza diferente a los que corresponden a otros segmentos del negocio dentro de la misma entidad.

## MODELO DE SEGMENTO DE NEGOCIO

Empresa Refrisa Estado de Resultados Integral Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2013 (Expresado en miles de Quetzales)						
	Segmento A	Segmento B	Segmento C	Segmento D	Segmento E	Total
Ingresos	600.00	450.00	500.00	250.00	300.00	2100.00
(-) Costos de ventas	240.00	252.00	225.00	115.00	150.00	982.00
	40%	56%	45%	46%	50%	47%
Utilidad Bruta	360.00	198.00	275.00	135.00	150.00	1118.00
Contribución Individual	60%	44%	55%	54%	50%	53%
(-) Gastos de Operación	99.00	80.00	70.00	60.00	66.00	375.00
Gastos de Ventas	54.00	45.00	40.00	35.00	38.00	212.00
Gastos de Administración	45.00	35.00	30.00	25.00	28.00	163.00
Utilidad antes de Impuestos	261.00	118.00	205.00	75.00	84.00	743.00
Porcentaje de Utilidad	<b>44%</b>	<b>26%</b>	<b>41%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>35%</b>

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

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

- Los costos pueden aumentar debido a la mala distribución del recurso humano, algunas áreas pueden tener demasiado recurso humano, mientras que en otras áreas hace falta personal.
- Las pautas publicitarias pueden estar mal distribuidas, mientras que un producto es impulsado demasiado, otro producto no se le da demasiada importancia.

- La rotación de inventario es un factor determinante en el precio de venta ya que los productos eléctricos están en constante evolución y de un año a otro varían los modelos, y si no se rotan adecuadamente se ve afectado el modelo anterior, el cual se tiene que vender a un precio menor o dar bonificaciones por su venta .El control de inventario es fundamental para este tipo de empresas, debido a que se debe tener un control adecuado de los mismos para importar los modelos y cantidades apropiadas para no tener inventario obsoleto.

### **3.2.3.2 Segmento geográfico**

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

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

## MODELO DE SEGMENTO GEOGRÁFICO

Empresa Refrisa  
Estado de Resultados Integral  
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2013  
(Expresado en miles de Quetzales)

Ingresos	Centro	Sur	Norte	Oriente	Occidente	Total
<b>A</b>	270.00	94.00	188.00	94.00	113.00	759.00
<b>B</b>	150.00	188.00	125.00	62.00	75.00	600.00
<b>C</b>	125.00	115.00	167.00	52.00	62.00	521.00
<b>D</b>	55.00	53.00	20.00	42.00	50.00	220.00
	600.00	450.00	500.00	250.00	300.00	2100.00
<b>(-) Costos de ventas</b>						
<b>A</b>	108.00	95.00	84.00	43.00	56.00	386.00
<b>B</b>	60.00	63.00	56.00	29.00	38.00	246.00
<b>C</b>	50.00	52.00	47.00	24.00	31.00	204.00
<b>D</b>	22.00	23.10	38.00	19.00	13.75	115.85
	240.00	252.00	225.00	115.00	150.00	982.00
Utilidad Bruta	360.00	198.00	275.00	135.00	150.00	1118.00
Contribución Individual	60%	44%	55%	54%	50%	53%
<b>(-) Gastos de Operación</b>						
Gastos de Ventas	54.00	45.00	40.00	35.00	38.00	212.00
Gastos de Administración	45.00	35.00	30.00	25.00	28.00	163.00
	99.00	80.00	70.00	60.00	66.00	375.00
Utilidad antes de Impuestos	261.00	118.00	205.00	75.00	84.00	743.00
Porcentaje de Utilidad	<b>44%</b>	<b>26%</b>	<b>41%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>35%</b>

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

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

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

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

- El costo para inicializaren ciertas regiones, por ejemplo, las giras de los vendedores a los departamentos más lejanos del área central, seguramente los gastos de viáticos y combustibles son muy altos, y mientras que en la región central o metropolitana existe mayor atención a los clientes en los cuales los costos se incrementan respecto a los demás.
- La cantidad de habitantes por áreas, por ejemplo, existen departamentos con una extensión territorial grande y pocos habitantes, lo que influye en la demanda de los productos y afecta el rendimiento de la región.
- La capacidad de adquisición de las familias, ya que existen áreas donde la actividad principal es la agricultura, por consiguiente los ingresos son muy bajos, esto afecta considerablemente a la región, ya que los productos no se venden como en otras regiones que tienen actividades comerciales, y tal situación varía el producto adquirir.

### **3.3 Segmentos de los que se debe informarse**

Como lo indica la norma internacional de información financiera número ocho, la entidad revelará por separado la información sobre cada uno de los segmentos de operación que:

- Cumplan con las características ya mencionadas
- Resulten de la agregación de dos o más de esos segmentos de acuerdo a lo señalado en los criterios de agregación.
- Que se excedan de los umbrales cuantitativos.

#### **3.3.1 Criterios de agregación**

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

- a) “La naturaleza de los productos y servicios;
- b) La naturaleza de los procesos de producción;
- c) El tipo de 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.

¿Cómo podemos aplicar esto en nuestra empresa de estudio venta de electrodomésticos de línea blanca en los cuales existen varios segmentos?, refrigeradores, estufas, secadoras, lavadoras, etc. El criterio para que se creara un

solo o varios segmentos es que los artículos cumplen con los requisitos que estable la norma:

- Los productos no requieren de procesos para la producción, ya que todos se compran o se importan y luego se venden por lo que la naturaleza del proceso es la misma.
- Cumple con el inciso “c”, ya que el público al que se destinan los productos es el mismo. Esto se debe a que la mayoría de personas en los hogares tienen productos de línea blanca.
- Para la distribución de los productos se establecen varios clientes en toda la república.

SEGMENTO DE NEGOCIO		SEGMENTO GEOGRÁFICO	
	Empresa Refrisa		Empresa Refrisa
<b>Segmento A</b>	Estufas	<b>Zona</b>	Centro
<b>Segmento B</b>	Refrigeradoras	<b>Zona</b>	Sur
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	<b>Zona</b>	Norte
<b>Segmento D</b>	Microondas	<b>Zona</b>	Oriente
<b>Segmento E</b>	Otros Menores	<b>Zona</b>	Occidente

### 3.3.2. Umbrales cuantitativos

**Significado=** es un valor mínimo de una cantidad que a partir de cual se produce un efecto determinado o también se puede describir como la cantidad mínima sobre un valor que tendrá resultados sobre el mismo y este caso lo que marca la norma es el 10% igual o superior a los ingresos, utilidad y activos.

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

- a) Sus ingresos de las actividades ordinarias, incluyendo tanto las ventas a clientes externos como las ventas o transferencias intersegmentos, que sean iguales o superiores al 10 por ciento de los ingresos totales.

- b) El importe absoluto de sus resultados informado es, igual o superior al 10% del importe que sea mayor entre:
  - I. La ganancia combinada informada por todos los segmentos de operación que no hayan presentado pérdidas;
  - II. La pérdida combinada informada por todos los segmentos de operación que hayan presentado pérdidas.
- c) Sus activos son iguales o superiores a 10 por ciento de los activos combinados de todos los segmentos de operación

Los segmentos de operación que no alcancen ninguno de los umbrales cuantitativos podrán considerarse segmentos sobre los que deba informarse, en cuyo caso se revelará información separada sobre los mismos, si la dirección estima que ella podría ser útil para los usuarios de los estados financieros.

Una entidad podrá combinar la información sobre segmentos de operación que no alcancen los umbrales cuantitativos, con la referencia de otros segmentos de operación que tampoco lo hagan, para formar un segmento sobre el cual deba informarse, solo si unos y otros segmentos de operación tienen características económicas similares y comparten la mayoría de los criterios de agregación ya enumerados.

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

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



En la práctica, podría existir un límite al número de segmentos sobre los que la entidad debe informar por separado, más allá del cual la información segmentada podría ser excesivamente detallada. Aunque no se haya determinado un límite preciso, cuando el número de segmentos sobre los que deba informarse de conformidad exceda de diez, la entidad debe considerar si se ha alcanzado ese límite.

- a) Para determinar el segmento partiremos de los ingresos (Ventas); de la empresa y revisar si cumplen con el umbral cuantitativo:

**EJEMPLO DE UN SEGMENTO SEGÚN EL UMBRAL CUANTITATIVO  
SOBRE VENTAS**

SEGMENTO		CUMPLIMIENTO 10%	VENTAS
Estufas	SI	31%	16,994,200
Refrigeradoras	SI	25%	13,705,000
Microondas	SI	14%	7,674,800
Lavadoras / Secadoras	SI	14%	7,674,800
Aire Acondicionados	NO	9%	4,933,800
Extractores de Olores	NO	4%	2,192,800
Campanas	NO	1%	548,200
Figrobares	NO	2%	1,096,400
TOTAL		100%	54,820,000

Conclusión: los segmentos que cumplen con el requisito del 10% como lo exige la Norma Internacional de Información Financiera son: Estufas, Refrigeradoras, Microondas, Lavadoras y Secadoras

- b) Para determinar el segmento de los Resultados Obtenidos (Utilidad); de la empresa y revisar si cumplen con el umbral cuantitativo:

**EJEMPLO DE UN SEGMENTO SEGÚN EL UMBRAL CUANTITATIVO  
SOBRE RESULTADOS OBTENIDOS**

SEGMENTO		CUMPLIMIENTO 10%	UTILIDAD
Estufas	SI	25%	2,000,000
Refrigeradoras	SI	24%	1,920,000
Microondas	NO	9%	720,000
Lavadoras / Secadoras	SI	14%	1,120,000
Aire Acondicionados	NO	9%	720,000
Extractores de Olores	NO	7%	560,000
Campanas	NO	5%	400,000
Figobares	NO	7%	560,000
TOTAL		100%	8,000,000

Conclusión: los segmentos que cumplen con el requisito del 10% como lo exige la Norma Internacional de Información Financiera son: Estufas, Refrigeradoras y Lavadoras y Secadoras

- c) Para determinar el segmento de los Activos de la empresa y revisar si cumplen con el umbral cuantitativo:

**EJEMPLO DE UN SEGMENTO SEGÚN EL UMBRAL CUANTITATIVO  
SOBRE ACTIVOS**

SEGMENTO		CUMPLIMIENTO 10%	ACTIVOS
Estufas	SI	28%	5,740,000
Refrigeradoras	SI	25%	5,125,000
Microondas	SI	20%	4,100,000
Lavadoras / Secadoras	SI	9%	1,845,000
Aire Acondicionados	NO	5%	1,025,000
Extractores de Olores	NO	4%	820,000
Campanas	NO	3%	615,000
Figobares	NO	6%	1,230,000
TOTAL		100%	20,500,000

Conclusión: los segmentos que cumplen con el requisito del 10% como lo exige la Norma Internacional de Información Financiera son: Estufas, Refrigeradoras, microondas y Lavadoras y Secadoras.

### **3.3.3 Información a revelar**

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

Una entidad revelara la siguiente información por cada periodo por el que presente un Estado de Resultados:

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

### **3.3.4 Información general**

Se identificará como información general lo siguiente:

- a) Los factores que han servido para identificarlos segmentos sobre los que debe informarse, incluyendo la base de la organización; y por ejemplo si la entidad se encuentra organizada según los diferentes productos y servicios, zonas geográficas, y
- b) Los tipos de productos y servicios que proporcionan los ingresos de las actividades ordinarias de cada segmento sobre el cual debe informarse.

### **3.3.5 Información sobre resultados, activos y pasivos**

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

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

### **3.3.6 Medición**

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

Para cada segmento sobre el que se deba formar, la identidad explicará las mediciones de los resultados, activos y pasivos del segmento y como mínimo se deberá relevar:

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

### **3.3.7 Conciliaciones**

Una entidad facilitará todas las siguientes conciliaciones.

- a) El total de los ingresos de las actividades ordinarias de los segmentos sobre los que deba informarse con los ingresos ordinarios de la entidad.
- b) El total de la medida de los resultados de los segmentos sobre los que se deba informar con los resultados de la entidad, antes de tener en cuenta el ingreso o gasto por impuestos y las operaciones discontinuadas. No obstante, si una entidad asignase a segmentos sobre los que deba informar partidas tales como el gasto (ingreso) por impuestos, podrá conciliar el total de la medida de los resultados de los segmentos con los resultados de la entidad después de tener en cuenta tales partidas.
- c) El total de los activos de los segmentos sobre los que deba informarse con los activos de la entidad.
- d) El total de los pasivos de los segmentos sobre los que deba informarse con los pasivos de la entidad.
- e) El total de los importes de cualquier otra partida significativa presentada por los segmentos sobre los que se deba informar con el correspondiente importe para la entidad.

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

### **3.3.8 Reexpresión de información presentada anteriormente**

Si una entidad modificase la estructura de su organización interna, de tal modo que la composición de los segmentos sobre los que deba informarse se viera modificada, la información correspondiente de periodos anteriores, incluidos los periodos intermedios, deberá reexpresarse, salvo cuando no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención resulte excesivo. La determinación

acerca de si la información no está disponible y su costo de obtención es excesivo deberá efectuarse con referencia a cada partida individual de información a revelar. Tras una modificación de la composición de los segmentos de una entidad sobre los que deba informar, una entidad deberá revelar si ha reexpresado la correspondiente información segmentada de periodos anteriores.

### **3.3.9 Información a revelar sobre la entidad en su conjunto**

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

### **3.3.10 Información sobre productos y servicios**

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

### **3.3.11 Información sobre áreas geográficas**

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

- a) Los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos.
  - I. Atribuidos al país de domicilio de la entidad; y
  - II. Atribuidos, en total, a todos los países extranjeros en los que la entidad obtenga ingresos de las actividades ordinarias. Cuando los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos atribuidos a un país extranjero en particular sean significativos se los revelará por separado.
  
- b) Los activos no corrientes que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos correspondientes a beneficios posempleo y derechos derivados de contratos de seguros.
  - I. Localizados en el país de domicilio de la entidad; y
  - II. Localizados, en total, en todos los países extranjeros donde la entidad tenga activos. Cuando los activos de un país extranjero en particular sean significativos, se los revelará por separado.” (33:4)

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

### **3.3.12 Información sobre los principales clientes**

Una entidad revelará información sobre el grado que dependa de sus principales clientes. Si los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de transacciones con un solo cliente externo representan el 10% o más de sus ingresos, la entidad revelará este hecho, así como el total de ingresos procedentes



de cada uno de tales clientes y la identidad del segmento o segmentos que proporcionen dichos ingresos.

### **3.3.13 Transición y fecha de vigencia**

Una entidad aplicará esta Norma Internacional de Información Financiera en los periodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2009. Se permite su aplicación anticipada. Si una entidad aplicase la Norma Internacional de Información Financiera para periodos que comiencen con anterioridad al 1 de enero de 2009, revelará este hecho.

Mejoras a las Normas Internacionales de Información Financiera emitido en abril de 2009, modificó el párrafo 23. Una entidad aplicará esa modificación para los periodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2010. Se permite su aplicación anticipada. Si una entidad aplicase la modificación en un periodo que comience con anterioridad, revelará ese hecho.

La información segmentada de periodos anteriores que se revele a efectos comparativos con respecto al periodo inicial de aplicación (incluyendo la aplicación de la modificación del párrafo 23 realizada en abril de 2009), deberá reexpresarse de tal forma que cumpla los requerimientos de esta Norma Internacional de Información Financiera, salvo que no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención resulte excesivo.

La Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 1 (revisada en 2007) modificó la terminología utilizada en las Normas Internacionales de Información Financiera. Además, modificó el párrafo 23(f). Una entidad aplicará esas modificaciones a periodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2009. Si una entidad aplica la Norma Internacional de Contabilidad NIC 1 (revisada en 2007) a periodos anteriores, las modificaciones se aplicarán también a dichos periodos.

La Norma Internacional de Contabilidad NIC 24 Información a Revelar sobre Partes Relacionadas (revisada en 2009) modificó el párrafo 34 para los periodos anuales que comience a partir del 1 de enero de 2011. Si una entidad aplica la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 24 (revisada en 2009) a un periodo anterior, la modificación del párrafo 34 se aplicará también a ese periodo.

Para activos clasificados de acuerdo con la presentación en función del grado de liquidez, los activos no corrientes son aquellos que incluyen importes que se esperen recuperar en más de doce meses después del periodo sobre el que se informa.

### **3.4 Análisis de información financiera por segmentos**

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

#### **3.4.1 Análisis de segmentos por negocio**

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

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

### **3.4.2 Análisis de segmentos geográficos**

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

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

### **3.4.3 Ventajas del análisis de información financiera por segmentos**

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

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

### **3.5 Participación del Contador Público y Auditor**

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

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

La experiencia en el entorno económico y financiero debe ser bastante amplia, las normas internacionales de auditoría tienen contemplada la participación del Contador Público y Auditor al efectuar trabajos de servicios relacionados, por ejemplo, trabajos para revisar Estados Financieros, trabajos para realizar procedimientos convenidos respecto de información financiera y trabajos para compilar información financiera. Pero no solo allí si no que su participación activa en la toma de decisiones para las empresas, derivado de los análisis que se han obtenido de la información revisada, ya que sus opiniones son muy importantes tanto para las juntas directivas, presidentes de las empresa a la cual el presta sus servicios como auditor.

## **CAPÍTULO IV**

### **INFORMACION FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA (APLICACIÓN)**

#### **4.1. Historia y descripción de la empresa**

Refrigeradora, S. A., y Subsidiarias (en adelante Refrisa) es una corporación dedicada desde 1961 a la fabricación y la distribución de refrigeradoras, estufas, eléctricas y de gas, y a la distribución de lavadoras, secadoras y hornos de microondas. Desde su fundación, su objetivo ha sido “poner al servicio de los consumidores productos de línea blanca de primera calidad, que llenaran sus necesidades, tuvieran gran durabilidad y estuvieran al alcance de sus posibilidades. Con el paso de los años, estos principios se han mantenido y además se han enriquecido con la incorporación de tecnologías más eficientes que buscan satisfacer a los consumidores más variados. Actualmente distribuye sus productos en más de 23 países, incluidos Costa Rica, México, Venezuela, Perú, República Dominicana, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Guatemala, Jamaica, Panamá y Puerto Rico. Adicionalmente, distribuye sus productos en los Estados Unidos y Canadá.

#### **4.1.2 Enunciado**

La empresa fue constituida el 8 de enero de 2011 en la ciudad de Guatemala, bajo la figura de sociedad anónima. Su actividad principal es compra, venta, importación y exportación de electrodomésticos. Esta empresa forma parte de un corporativo cuya casa matriz se encuentra en la ciudad de Costa Rica, la cual cotizó sus acciones en la Bolsa Nacional de Valores (BNV); por tal motivo, es necesario presentar sus Estados Financieros de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), de conformidad con la norma número 8 “Segmentos de Operación”.

La empresa cuenta con una gama de artículos de línea blanca, que van desde estufas de mesa hasta refrigeradoras, las cuales para efectos de presentación los

catalogaremos así: Estufas domésticas, hornos microondas, refrigeradoras, lavadoras y secadoras, campanas y extractores de olores, y lavavajillas. Y sus operaciones se realizan en toda la República de Guatemala.

Los estados financieros de la empresa se mostrarán íntegros antes de ser analizados por razones financieras y presentados de acuerdo con la norma internacional número ocho segmentos de operación. Y para el análisis de la información financiera por segmentos los cuales se integrarán de la siguiente forma:

<b>REFRISA</b>		
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>		
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,013</b>		
<b>(cifras expresadas en Q.)</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activos No Corrientes</b>		9,291,474
Vehiculos de reparto (neto)	9,170,037	
Equipo de computacion (neto)	68,871	
Mobiliario y Equipo (Neto)	52,566	
<b>Activos Corrientes</b>		11,155,866
Inventarios	6,094,800	
Cuentas por cobrar	4,344,459	
Caja y Bancos	716,607	
<b>Suma total del Activo</b>		<b><u>20,447,340</u></b>
<b>PATRIMONIO Y PASIVO</b>		
<b>CAPITAL</b>		13,114,353
Aportaciones por Capitalizar	2,265,444	
Utilidades Retenidas	2,654,691	
Ganancia del Periodo	8,027,127	
Reseva Legal	152,091	
Capital Pagado	15,000	
<b>PASIVO</b>		
<b>Pasivo No Corriente</b>		733,304
Prestamos a largo plazo	733,304	
<b>Pasivos Corrientes</b>		6,599,683
Proveedores del Exterior	4,399,789	
Proveedores Locales	2,199,894	
<b>Suma Patrimonio y pasivo</b>		<b><u>20,447,340</u></b>

**REFRISA**  
**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL**  
**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,013**  
**(cifras expresadas en Q.)**

**INGRESOS**

Venta de Electrodomesticos	54,820,212
Costo de Ventas	40,461,225
Margen Bruto	14,358,987

**Gastos de Operación**

	6,331,860
Gastos de Ventas	2,532,744
Gastos de Administracion	3,799,116

**RESULTADO DEL EJERCICIO**

**8,027,127**

**4.2. Análisis de Estados Financieros por medio de Razones financieras**

Como medio de estudio para determinar los segmentos de la Empresa Refrisa, se considera necesario realizar un análisis de las cifras de sus estados financieros, para luego compararlos con cada segmento de operación y por zona geográfica.

**Razón de Solvencia:**

$$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} = \frac{Q11,155,866.00}{Q6,599,683.00} = Q1.7$$

Como muestra el resultado es que la empresa tiene una liquidez razonable, ya que cuenta con Q.1.70 para cubrir Q.1.00 de sus obligaciones. Es decir que sus activos en el corto plazo son suficientes para cancelar sus pasivos en el corto plazo.

### **Razón de Ácido**

$$\frac{\text{Activos Corrientes - Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\text{Q5,061,066.00}}{\text{Q6,599,683.00}} = \text{Q0.8}$$

Con este resultado, se observa que la empresa tiene capacidad para poder responder a sus obligaciones en el corto plazo sin comprometer el monto total de sus inventarios, ya que cuenta con Q.1.00 y se tienen Q.0.80. Según el parámetro que nos da la razón, el mínimo que se tiene que tener son Q.0.80 y la misma tiene Q.0.00 más para cubrir.

Esta razón es muy importante, ya que como no se considera el inventario la empresa asume sus obligaciones y continúa con sus ventas, sin afectar su continuidad.

### **Razón de Solidez**

$$\frac{\text{Activos Totales}}{\text{Pasivo Totales}} = \frac{\text{Q20,447,340.00}}{\text{Q7,332,987.00}} = \text{Q2.8}$$

El resultado anterior se observa que con los activos se pueden asumir sin ninguna limitación las obligaciones a largo y a corto plazo.

Con esta razón se puede determinar que es de mucha importancia que se realice porque nos permite mostrar la solidez razonable de la empresa. Ya que por cada Q. 1.00 en el pasivo se tienen Q. 3.00 para responder a las obligaciones.



### **Rotación de Inventarios**

$$\frac{\text{Costo de Artículos Vendidos}}{\text{Promedio de Inventario}} = \frac{\text{Q40,461,225.00}}{\text{Q6,094,800.00}} = 7$$

La empresa mantiene una rotación de inventarios 7 veces al año, por lo que se puede demostrar que se cuenta con un gran equipo de ventas, ya que el inventario se coloca en un menor tiempo en el mercado y, a la vez, se cuenta con una gran logística para tener el suficiente inventario.

### **Periodo promedio de Ventas**

$$\frac{365}{\text{Rotación de Inventarios}} = \frac{365}{7} = 55$$

También se puede demostrar que el inventario permanece en bodega un promedio de 55 días, siendo razonable debido a que por el tipo de mercadería que se maneja este puede durar más meses en la bodega. Esto indica la buena gestión en la parte de ventas de la empresa.

### **Endeudamiento**

$$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}} = \frac{\text{Q7,332,987.00}}{\text{Q20,447,340.00}} = 36\%$$

Según nos muestra el resultado, la empresa tiene comprometido únicamente el 36% de sus activos para cubrir con sus obligaciones.

Se le hace la recomendación a la administración de la empresa que tiene que buscar fuentes de financiamiento externo, para evitar que el dinero generado por la empresa se utilice para financiar la misma y así poder disponer de la liquidez para nuevas oportunidades de inversiones.

<b>Rendimiento de Activos Totales</b>			
	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{\text{Q8,027,127.00}}{\text{Q20,447,340.00}} = 39\%$

Con este resultado se muestra que los activos generan un 39% de beneficios a la empresa que la empresa considera muy razonable.

<b>Margen de Utilidad Neta</b>			
	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Venta Neta}}$	=	$\frac{\text{Q8,027,127.00}}{\text{Q54,820,212.00}} = 15\%$

La empresa genera 15% de utilidad por quetzal de venta. Este resultado es favorable pero no lo suficiente porque el parámetro estándar podrá ser de 20% o 30%, lo que significa que la empresa por cada quetzal que venda obtendrá una utilidad de Q 0.20 o Q 0.30.

Esto implica que la empresa tiene dos retos importantes: elevar el volumen de ventas o rebajar los costos y gastos para obtener un mejor resultado.

<b>Rendimiento de Capital</b>			
	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}}$	=	$\frac{\text{Q8,027,127.00}}{\text{Q5,087,226.00}} = 158\%$

El resultado se considera favorable porque el rendimiento de la inversión de los accionistas es de 158%, lo cual se encuentra razonable en relación al volumen de ventas generadas durante el periodo.

### 4.3. Identificación de los segmentos

Para efectos de análisis hemos agrupado por su familia a cada uno de los productos, teniendo un total de 4, y por su zona geográfica, para poder tener una correcta segmentación, teniendo las siguientes zonas: centro, sur, norte, oriente y occidente.

<b>SEGMENTO DE NEGOCIO</b>		<b>INGRESOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Segmento A</b>	Estufas	33,988,531	62%
<b>Segmento B</b>	Refrigeradoras	16,446,064	30%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	3,289,213	6%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	1,096,404	2%
	<b>Totales</b>	<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>

<b>SEGMENTO GEOGRAFICO</b>		<b>INGRESOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Zona</b>	Centro	24,120,893	44%
<b>Zona</b>	Sur	11,512,245	21%
<b>Zona</b>	Norte	9,319,436	17%
<b>Zona</b>	Oriente	6,578,425	12%
<b>Zona</b>	Occidente	3,289,213	6%
		<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>

A continuación se muestran la distribución de los costos incurridos por cada producto.

DESCRIPCIÓN	DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS				Total
	Estufas	Refrigeradoras	Lavadoras / Secadoras	Otros Menores	
Costo de Fabricación	15,172,959	12,745,286	2,124,214	303,459	30,345,919
Fletes	3,034,592	2,549,057	424,843	60,692	6,069,184
Trámites Aduaneros	1,416,143	1,189,560	198,260	28,323	2,832,286
Otros	606,918	509,811	84,969	12,138	1,213,837
<b>Totales</b>	<b>20,230,613</b>	<b>16,993,715</b>	<b>2,832,286</b>	<b>404,612</b>	<b>40,461,225</b>
	50%	42%	7%	1%	100%

Se presentan los costos segmentados por zona geográfica

DESCRIPCIÓN	DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS POR ZONA GEOGRAFICA				Total
	Centro	Sur	Norte	Oriente	
Costo de venta	17,802,939	8,496,857	6,878,408	4,855,347	40,461,225
<b>Totales</b>	<b>17,802,939</b>	<b>8,496,857</b>	<b>6,878,408</b>	<b>4,855,347</b>	<b>40,461,225</b>
	44%	21%	17%	12%	100%

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

Y la distribución de los gastos de ventas y administración se distribuyó en forma proporcional a las ventas.

SEGMENTO DE NEGOCIO		GASTOS DE VENTAS	PORCENTAJE
<b>Segmento A</b>	Estufas	1,570,301	62%
<b>Segmento B</b>	Refrigeradoras	759,823	30%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	151,965	6%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	50,655	2%
<b>Totales</b>		<u>2,532,744</u>	<u>100%</u>

SEGMENTO DE NEGOCIO		GASTOS DE ADMON	PORCENTAJE
<b>Segmento A</b>	Estufas	949,779	25%
<b>Segmento B</b>	Refrigeradoras	949,779	25%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	949,779	25%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	949,779	25%
<b>Totales</b>		<u>3,799,116</u>	<u>100%</u>

Nota: estos se distribuyen en partes iguales según la administración

### **Distribución de activo corriente**

A continuación se hace la distribución de los activos y los pasivos por segmento de operación, es importante resaltar que la Norma Internacional de Información financiera (NIIF) 8 no muestra directrices o lineamientos para la distribución, por lo que se realizarán las siguientes integraciones con base en lo invertido por cada producto.

La forma en que se distribuyó el activo no corriente se estableció por medio de la política de la administración, debido a que sus activos generan beneficios económicos de acuerdo con los ingresos reportados durante el periodo.

**REFRISA**  
**ACTIVO NO CORRIENTE**  
**DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL PORCENTAJE DE VENTAS POR PRODUCTO**

DESCRIPCIÓN	Estufas	Refrigeradoras	Lavadoras / Secadoras	Otros Menores	Total
Vehiculos	5,685,423	2,751,011	550,202	183,401	9,170,037
Equipo de Computación	42,700	20,661	4,132	1,377	68,871
Mobiliario y Equipo	32,591	15,770	3,154	1,051	52,566
<b>Totales</b>	<b>5,760,714</b>	<b>2,787,442</b>	<b>557,488</b>	<b>185,829</b>	<b>9,291,474</b>

### Distribución de Clientes

La segmentación de los clientes fue realizada y consolidada por zona geográfica con base en la cartera de clientes al 31 de diciembre de 2012.

**REFRISA**  
**ANTIGÜEDAD DE CUENTAS POR COBRAR**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012**  
**POR ZONA GEOGRÁFICA**

DESCRIPCION	Estufas	Refrigeradoras	Lavadoras / Secadoras	Otros Menores	Total
Agencias Wayito, S. A.	325,834	293,251	19,550	13,033	651,669
Almacenes Tropicalida S.	282,390	254,151	16,943	11,296	564,780
La curatazo, S. A.	249,806	224,826	14,988	9,992	499,613
El Gallo mas Pinto, S. A.	206,362	185,726	12,382	8,254	412,724
Almacenes China, S. A.	173,778	156,401	10,427	6,951	347,557
Distribuidora Electronica,	162,917	146,625	9,775	6,517	325,834
Panamericano, S. A.	152,056	136,850	9,123	6,082	304,112
Electrocutado, S. A.	141,195	127,075	8,472	5,648	282,390
Distribudora Caribeño, S.	130,334	117,300	7,820	5,213	260,668
Venda más, S. A.	97,750	87,975	5,865	3,910	195,501
Almacenes Unidos, S. A.	76,028	68,425	4,562	3,041	152,056
Almacenes Gomez Ruiz, S	54,306	48,875	3,258	2,172	108,611
Distribuidora del Sur, S. A.	54,306	48,875	3,258	2,172	108,611
Equipamiento, S. A.	38,014	34,213	2,281	1,521	76,028
Almacenes Juarez, S.A.	27,153	24,438	1,629	1,086	54,306
<b>Totales</b>	<b>2,172,230</b>	<b>1,955,007</b>	<b>130,334</b>	<b>86,889</b>	<b>4,344,459</b>

## Distribución de Inventarios

El porcentaje de inventarios se distribuye con base en el costo de importación, según los prorrateos de productos a la hora de ingresar a la bodega de distribución. Las estufas, por los diseños y tamaños, son los que tiene el costo más alto ya que las mismas por la forma del empaque se tienen que usar diferentes tipos de transporte para no golpearlas y eso incrementa el valor del inventario en bodega.

<b>REFRISA INVENTARIOS DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL COSTO DE IMPORTACIÓN</b>			
<b>SEGMENTO DE NEGOCIO</b>	<b>MONTO EN Q.</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>Segmento B</b>	Estufas	3,291,192	54%
<b>Segmento A</b>	Refrigeradoras	2,559,816	42%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	121,896	2%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	121,896	2%
	<b>Totales</b>	<b>6,094,800</b>	<b>100%</b>

## Distribución de Caja y Bancos

En el efectivo para usos de este trabajo se tomó la base los ingresos obtenidos por cada producto o segmento del negocio.

<b>REFRISA CAJA Y BANCOS DISTRIBUCIÓN SEGÚN LOS INGRESO</b>			
<b>SEGMENTO DE NEGOCIO</b>	<b>MONTO EN Q.</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>Segmento B</b>	Estufas	444,296	62%
<b>Segmento A</b>	Refrigeradoras	214,982	30%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	42,996	6%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	14,332	2%
	<b>Totales</b>	<b>716,607</b>	<b>100%</b>

## Distribución de Pasivo Corriente

El Proveedor del Exterior es solo uno porque todo el producto para la venta local se importa desde la República de Costa Rica, y esto le permite a la empresa siempre tener disponibilidad para la venta.

<b>REFRISA</b>			
<b>PROVEEDORES DE EXTERIOR</b>			
<b>DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL COSTO DE IMPORTACIÓN</b>			
<b>SEGMENTO DE NEGOCIO</b>		<b>MONTO EN Q.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Segmento B</b>	Estufas	2,331,888	53%
<b>Segmento A</b>	Refrigeradoras	1,803,913	41%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	175,992	4%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	87,996	2%
	<b>Totales</b>	<b>4,399,789</b>	<b>100%</b>

Los proveedores locales se distribuyen según el costo

<b>REFRISA</b>			
<b>PROVEEDORES LOCALES</b>			
<b>DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL COSTO DE IMPORTACIÓN</b>			
<b>SEGMENTO DE NEGOCIO</b>		<b>MONTO EN Q.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Segmento B</b>	Estufas	615,970	28%
<b>Segmento A</b>	Refrigeradoras	1,055,949	48%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	263,987	12%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	263,987	12%
	<b>Totales</b>	<b>2,199,894</b>	<b>100%</b>

<b>NOMBRE DEL PROVEEDOR</b>	<b>MONTO EN Q.</b>	
Gasolinera la Luz, S. A.	135,000	Combustible Camiones
Transporte El Veloz, S.A.	835,141	Distribución Departamental
Bodegas, S.A.	646,141	3 Bodegas
Telecomunicaciones, S.A.	175,114	Agua, Luz, y Teléfono, etc.
Tramites Aduanales Eficientes, S.A.	181,634	Tramites Aduanales
Otros	226,864	Gastos Generales
<b>Totales</b>	<b>2,199,894</b>	



## Distribución de la Utilidad del Ejercicio

Esta se realizó del porcentaje de ingresos por segmento de producto

<b>REFRISA</b>			
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>			
<b>DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL SEGMENTO DE NEGOCIO</b>			
<b>SEGMENTO DE NEGOCIO</b>		<b>MONTO EN Q.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Segmento B</b>	Estufas	5,538,718	69%
<b>Segmento A</b>	Refrigeradoras	1,685,697	21%
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	561,899	7%
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	240,814	3%
	<b>Totales</b>	<b>8,027,127</b>	<b>100%</b>

### 4.4. Criterios de Agregación

La Norma Internacional de Información Financiera permite que los segmentos de operación que contengan características económicas similares puedan agruparse en un solo.

En este caso la empresa cuenta con 5 segmentos, que son: refrigeradoras, estufas, lavadoras/secadoras, microondas y otros menores que se dejaron en un solo rubro.

El tipo de categoría de clientes a quienes se destina el producto es diferente, ya que depende de las necesidades que cada cliente cuenta, ya que se puede usar en la casa o en el negocio.

#### 4.5. Umbrales Cuantitativos

La Norma establece que para que se revele información por separado de cada uno de los segmentos es necesario que cumpla con los umbrales siguientes:

##### Umbrales de Ingresos

Las ventas generadas durante el periodo fueron de: Q.54,820,212.00, la norma establece que los segmentos que deben revelar información separada deben de ser iguales o superiores al 10% de los ingresos, en este caso el 10% de los ingresos es de Q.5,482,021.00.

REFRISA				
UMBRALES DE INGRESOS				
CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES				
Margen Establecido				
Total de Ingresos	54,820,212	* 10%	5,482,021	
SEGMENTO DE NEGOCIO	INGRESOS	PORCENTAJE	CALIFICA	
<b>Segmento A</b>	Estufas	33,988,531	62%	SI
<b>Segmento B</b>	Refrigeradoras	16,446,064	30%	SI
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	3,289,213	6%	NO
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	1,096,404	2%	NO
<b>Totales</b>		<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>	

General		
Segmentos de Operación	50,434,595	92%
Resto de los Segmentos	4,385,617	8%
<b>Totales</b>	<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>

##### Conclusiones:

En base al umbral anterior se observa que dos de los segmentos cumplen la norma del 10% siendo estufas y refrigeradoras por lo tanto califican para presentar información por separado ya que los dos suman Q. 50,434,595.00 con un porcentaje del 92% de total de los ingresos de la compañía.

Y los segmentos de Lavadoras y secadoras y otros menores (Campanas, extractores de olores). No cumplen con la norma del 10% ya que suman un total Q. 4,385,617.00 que representa el 8% de los ingresos y a estos los catalogaremos como “resto de segmentos” y se presentara información unificada ya que no es necesario presentar los resultados por separado.

### Umbrales de Utilidad

Para realizar la prueba, la norma establece que la utilidad debe ser igual o mayor al 10% del monto total.

La empresa muestra una utilidad total de Q.8,027,127.00, el 10% de la misma es Q.802,713.00, para verificar que los segmentos cumplen con este umbral se realizará la siguiente prueba.

**REFRISA  
UMBRALES DE UTILIDAD  
CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES**

	<b>Margen Establecido</b>		
Total de Ingresos	8,027,127	* 10%	802,713

	SEGMENTO DE NEGOCIO	INGRESOS	PORCENTAJE	CALIFICA
<b>Segmento A</b>	Estufas	5,538,718	69%	SI
<b>Segmento B</b>	Refrigeradoras	1,685,697	21%	SI
<b>Segmento C</b>	Lavadoras / Secadoras	561,899	7%	NO
<b>Segmento D</b>	Otros Menores	240,814	3%	NO
	<b>Totales</b>	<b>8,027,127</b>	<b>100%</b>	

<b>General</b>		
Segmentos de Operación	7,224,414	90%
Resto de los Segmentos	802,713	10%
<b>Totales</b>	<b>8,027,127</b>	<b>100%</b>

## Conclusiones:

Con base en la información anterior mostrada en la cédula, podemos observar que los segmentos que pasan del umbral de utilidad, son dos segmentos y, por ende, califican y cumplen con el 10% que establece la norma, haciendo un monto total de Q.7,224,414.00 y a la vez representan 90%, mientras que los segmentos restantes se deben catalogar como resto de segmentos según lo establece la norma, debido a que únicamente llega al 10%, la suma del segmento es por Q.802,713.00.

## Umbral de Activos

Para que se revele información por separado de los segmentos es necesario que sus activos sean iguales o superiores al 10% de los activos combinados de todos los segmentos.

La empresa cuenta con un activo total de Q.20,447,340.00

### REFRISA UMBRALES DE ACTIVOS CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES

		<b>Margen Establecido</b>	
Total de Ingresos	20,447,340	* 10%	2,044,734

SEGMENTO DE NEGOCIO	INGRESOS	PORCENTAJE	CALIFICA
<b>Segmento A</b> Estufas	11,668,432	57%	SI
<b>Segmento B</b> Refrigeradoras	7,517,247	37%	SI
<b>Segmento C</b> Lavadoras / Secadoras	852,715	4%	NO
<b>Segmento D</b> Otros Menores	408,947	2%	NO
<b>Totales</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>	

<b>General</b>		
Segmentos de Operación	19,185,679	94%
Resto de los Segmentos	1,261,661	6%
<b>Totales</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>

## Conclusiones:

Con base en la aplicación de los umbrales que establece la norma se concluye que los segmentos de los cuales se debe brindar información separada son estufas y refrigeradoras, ya que todos cumplen con el 10% establecido en la norma, siendo un monto total de Q.19,185,679.00, que representa el 94%.

En cuanto al resto de segmentos se debe presentar unificada, ya que no cumplen con el 10% que establece la norma.

### 4.6. Análisis en base a Razones Financieras de los Segmentos de Operación

#### Razón de Solvencia:

$$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} = \frac{\text{Q11,155,866.00}}{\text{Q6,599,683.00}} = \text{Q1.7}$$

Con esta razón financiera se demostró que la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus pasivos corrientes es de Q.1.70 por cada quetzal que tiene comprometido con sus pasivos corrientes, siendo este un resultado razonable y favorable para la empresa.

Ahora analizaremos cada uno de los segmentos con la razón financiera de solvencia

Estufas	$\frac{Q5,907,717.84}{Q2,859,862.61} =$	Q2.1
Refrigeradoras	$\frac{Q4,729,804.65}{Q2,947,858.49} =$	Q1.6
Resto de Segmentos	$\frac{Q518,343.51}{Q791,961.90} =$	Q0.7

Con base en los resultados obtenidos, se comprueba que el segmento de mayor rentabilidad, es decir capaz de cubrir sus pasivos corrientes y a la su vez mantener el 100% de las ganancias, es el de las estufas, el cual por cada quetzal comprometido tiene dos quetzales con diez centavos y todavía generaría ganancia; con estos resultados satisfactorios y al igual que el segmento de refrigeradoras, que posee un quetzal con sesenta centavos para cancelar sus pasivos corrientes.

En cuanto al resto de segmentos, se observa que por cada quetzal comprometido tienen Q.0.70 para pagar, es decir que sus pasivos corrientes son mayores a sus activos corrientes, por lo que se le recomienda a la empresa evaluar la forma de distribuir los costos para que no esté comprometido en su totalidad y, a la vez, generar nuevas estrategias de venta para que el volumen de ingresos sea mayor.

Es importante resaltar que en esta razón financiera se están considerando los inventarios, para lo cual es recomendable aplicar la prueba de ácido, ya que permite evaluar si los segmentos pueden cubrir sus obligaciones en el corto plazo si tomar en cuenta los inventarios, ya que no solo son el bastión de la empresa.

### Razón de Ácido

$$\frac{\text{Activos Corrientes - Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\text{Q5,061,066.00}}{\text{Q6,599,683.00}} = \text{Q0.8}$$

La Formula anterior se aplicara a cada uno de los segmentos para determinar dicha prueba.

Estufas	$\frac{\text{Q2,616,525.84}}{\text{Q2,859,862.61}} = \text{Q0.9}$
Refrigeradoras	$\frac{\text{Q2,169,988.65}}{\text{Q2,947,858.49}} = \text{Q0.7}$
Resto de Segmentos	$\frac{\text{Q274,551.51}}{\text{Q791,961.90}} = \text{Q0.3}$

De los resultados anteriores comparados con Q.0.80 que genera la empresa por cada quetzal comprometido en el resultado global de los Estados Financieros se determina que los segmento de mayor rentabilidad es las estufas, el cual genera Q.0.90 para cubrir cada quetzal comprometido en los pasivos corrientes, y el segmento de refrigeradoras genera Q.0.70, el resto de los segmentos genera Q.0.30, no logra tener un buen resultado, ya que sus pasivos corrientes son mayores que sus activos corrientes y no logran cubrir sus obligaciones. Se le recomienda a la empresa buscar nuevos métodos de crecimiento de los segmentos en la parte de ingresos y la contabilización de sus pasivos y costos.

En esta fórmula no se incluyen sus inventarios, ya que los mismos representan el motor de la empresa y, a la vez, no son valores realizables.

**Razón de Solidez**

$$\frac{\text{Activos Totales}}{\text{Pasivo Totales}} = \frac{\text{Q20,447,340.00}}{\text{Q7,332,987.00}} = \text{Q2.8}$$

La empresa en su conjunto tiene Q. 2.80 de sus activos totales para cubrir sus pasivos totales, es importante evaluar la capacidad que cada uno de los segmentos tiene para cubrir sus pasivos totales, es decir tanto a corto como a largo plazo, por medio de sus propios activos totales, por lo que se aplica la fórmula establecida.

Estufas	$\frac{\text{Q11,668,431.72}}{\text{Q3,336,509.61}} = \text{Q3.5}$
Refrigeradoras	$\frac{\text{Q7,517,246.85}}{\text{Q3,160,517.25}} = \text{Q2.4}$
Resto de Segmentos	$\frac{\text{Q1,261,661.43}}{\text{Q835,960.14}} = \text{Q1.5}$

Según el resultado anterior, se demuestra y se comprueba que el segmento de mayor capacidad es el de estufas con Q. 3.50 quetzales para cubrir cada quetzal que se tiene comprometido, y después el segmento de refrigeradoras con Q. 2.40 y el resto de segmentos con Q. 1.50 quetzales.

Se tiene que evaluar que distribución de gastos se le está generando al resto segmento ya que se tienen que buscar una nueva política para que estos segmentos sean rentables.



### Rotación de Inventarios

$$\frac{\text{Costo de Artículos Vendidos}}{\text{Promedio de Inventario}} = \frac{Q40,461,225.00}{Q6,094,800.00} = 7$$

Para obtener los resultados por cada segmento de operación aplicaremos la siguiente razón financiera.

Estufas	$\frac{Q20,230,613}{Q3,291,192} = 6.1$
---------	--

Refrigeradoras	$\frac{Q16,993,715}{Q2,559,816} = 6.6$
----------------	--

Resto de Segmentos	$\frac{Q3,236,898}{Q243,792} = 13.3$
--------------------	--------------------------------------

Con esta razón se determinó que el área de ventas tiene una gran eficiencia, ya que logra colocar el producto en el menor tiempo posible en los distribuidores a nivel nacional. Mostrando el resultado que las refrigeradoras se rotan 7 veces en el año y el resto de segmentos 13 veces al año.

Ya que estos son productos que se importan a grandes cantidades y teniendo un stock en las bodegas de varias unidades para la venta, la ventaja de estos productos es que no se tienden a descomponer como si fueran productos comestibles, simplemente en un lugar físico acorde para el almacenamiento del producto estos pueden permanecer por varios años, con la diferencia de que si se cambia de modelo o serie se tiene que vender a otro precio de venta o en liquidaciones, pero en este caso todo está disponible para la venta.

<b>Dias Pendientes de Cobro</b>		
Promedio de ventas por día	<u>Total de Ventas Al Año</u>	
	365	
	Cuentas por cobrar	
	Promedio de Ventas por Día	
Promedio de ventas por día	<u>Q54,820,212</u>	Q150,192
	365	
Cuentas por cobrar	<u>Q4,344,459</u>	28.93
Promedio de Ventas por Día	Q150,192	

Aplicaremos esta fórmula para los cinco segmentos de la empresa

Refrigeradoras	<u>Q16,446,064</u>	=	Q45,058
	365		
	<u>Q1,955,007</u>		43.39
	Q45,058		

Estufas	<u>Q33,988,531</u>	=	Q93,119
	365		
	<u>Q2,172,230</u>		23.33
	Q93,119		

Resto de Segmentos	<u>Q4,385,617</u>	=	Q12,015
	365		
	<u>Q217,223</u>		18.08
	Q12,015		

Con base en los resultados se refleja la efectividad en el departamento de créditos y cobros, ya que la empresa por política tiene a 45 días crédito, pues se le

distribuye al mayorista, no al minorista. Esto nos permite tener ventaja en el mercado, ya que nuestros clientes dan 30 días de crédito, y nos cancelan antes de que las facturas hayan vencido.

<b>Endeudamiento</b>			
	$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{Q7,332,987.00}{Q20,447,340.00} = 36\%$

Aplicaremos la fórmula anterior para el resto de los segmentos con el propósito de determinar el grado de endeudamiento de los activos.

Refrigeradoras	$\frac{Q3,160,517}{Q7,517,247}$	=	42%
----------------	---------------------------------	---	-----

Estufas	$\frac{Q3,336,510}{Q11,668,432}$	=	29%
---------	----------------------------------	---	-----

Resto de Segmentos	$\frac{Q835,960}{Q1,261,661}$	=	66%
--------------------	-------------------------------	---	-----

Con base en los resultados obtenidos, observamos que los segmentos de estufas y refrigeradoras no se encuentran tan endeudados, pero a su vez permite observar que el mayor número de deudas las están trabajando con dinero propio que genera el negocio.

Con respecto al resto de segmentos, se observa que su endeudamiento mayor es de 66% por lo que nuevamente se recomienda a la empresa revisar los costos y gastos.

**Margen de Utilidad Neta**

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Venta Neta}} = \frac{Q8,027,127.00}{Q54,820,212.00} = 15\%$$

A cada uno de los segmentos se le aplicara la fórmula de la siguiente manera:

Refrigeradoras	$\frac{Q1,685,697}{Q16,446,064} = 10\%$
----------------	---

Estufas	$\frac{Q5,538,718}{Q33,988,531} = 16\%$
---------	---

Resto de Segmentos	$\frac{Q802,713}{Q4,385,617} = 18\%$
--------------------	--------------------------------------

En base al resultado anterior se demuestra que el segmento de estufas genera un 16%, y el de refrigeradoras genera un 10% sobre la utilidad neta. Estos resultados se consideran razonables considerando el parámetro de interés que se observa en el sistema financiero en el Banco de Guatemala a Diciembre de 2012 es de 5.00%.

	<b>TASA DE INTERÉS PARÁMETRO (%)</b>	<b>dic-12</b>	<b>oct-13</b>	<b>nov-13</b>
a	Valor Central	6.34	5.88	5.86
b	Límite superior (dos desviaciones estándar)	8.34	7.88	7.86
c	Límite superior (una desviación estándar)	7.34	6.88	6.86
d	Límite inferior (una desviación estándar)	5.34	4.88	4.86
e	Límite inferior (dos desviaciones estándar)	4.34	3.88	3.86
f	Tasa de interés líder (vigente a la fecha de cálculo)	5.00	5.25	5.00

<b>Rendimiento de Activos Totales</b>			
	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	$= \frac{Q8,027,127.00}{Q20,447,340.00}$	$= 39\%$

A cada uno de los segmentos se le aplicara la fórmula de la siguiente manera:

Refrigeradoras	$\frac{Q1,685,697}{Q7,517,247}$	$= 22\%$
Estufas	$\frac{Q5,538,718}{Q11,668,432}$	$= 47\%$
Resto de Segmentos	$\frac{Q802,713}{Q1,261,661}$	$= 64\%$

Como podemos observar, el porcentaje que generan los segmentos es razonable, ya que el segmento de Estufas genera el 47% y refrigeradoras y microondas generan 22%, y el resto de segmentos con 64%, lo cual se considera un beneficio económico, permitiendo que la actividad de cada uno de los segmentos sea rentable y a la vez se pueda obtener una utilidad beneficiosa.

**4.7 Estados Financieros por Segmentos de Operación**

A continuación se presentan los Estados Financieros segmentados correspondientes al periodo del 01 de enero al 31 de diciembre de 2012, en base a la Norma Internacional de Contabilidad No. 01 y de acuerdo a lo establecido por la Norma Internacional de Información Financiera No. 08.

**REFRISA**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,013**  
**(cifras expresadas en Q.)**

ACTIVOS	Total	Porcentaje %	Estufas	Porcentaje %	Refrigeradoras	Porcentaje %	Resto de Segmentos	Porcentaje %
<b>Activos No Corrientes</b>								
Vehículos de reparto (neto)	9,170,037	100%	5,685,423	62%	2,751,011	30%	733,603	8%
Equipo de computación (neto)	68,871	100%	42,700	62%	20,661	30%	5,510	8%
Mobiliario y Equipo (Neto)	52,566	100%	32,591	62%	15,770	30%	4,205	8%
<b>Activos Corrientes</b>								
Inventarios	6,094,800	100%	3,291,192	54%	2,559,816	42%	243,792	4%
Cuentas por cobrar	4,344,459	100%	2,172,230	50%	1,955,007	45%	217,223	5%
Caja y Bancos	716,607	100%	444,296	62%	214,982	30%	57,329	8%
<b>Suma total del Activo</b>	<b>20,447,340</b>		<b>11,668,432</b>	<b>57%</b>	<b>7,517,247</b>	<b>37%</b>	<b>1,261,661</b>	<b>6%</b>
<b>PATRIMONIO Y PASIVO</b>								
<b>CAPITAL</b>								
Aportaciones por Capitalizar	2,265,444	100%	1,404,575	62%	679,633	30%	181,236	8%
Utilidades Retenidas	2,654,691	100%	1,088,423	41%	1,406,986	53%	159,282	6%
Ganancia del Periodo	8,027,127	100%	5,538,718	69%	1,685,697	21%	802,713	10%
Reserva Legal	152,091	100%	94,296	62%	45,627	30%	12,168	8%
Capital Pagado	15,000	100%	9,300	62%	4,500	30%	1,200	8%
<b>PASIVO</b>								
<b>Pasivo No Corriente</b>								
Prestamos a largo plazo	733,304	100%	388,651	53%	300,655	41%	43,998	6%
<b>Pasivos Corrientes</b>								
Proveedores del Exterior	4,399,789	100%	2,331,888	53%	1,803,913	41%	263,987	6%
Proveedores Locales	2,199,894	100%	615,970	28%	1,055,949	48%	527,975	24%
<b>Suma Patrimonio y pasivo</b>	<b>20,447,340</b>		<b>11,471,821</b>	<b>56%</b>	<b>6,982,960</b>	<b>34%</b>	<b>1,992,559</b>	<b>10%</b>

En el balance segmentado de la empresa Refrisa, se observa que los rubros de activo no corriente se encuentran segmentados de acuerdo a sus ingresos, debido a que estos activos se deprecian de acuerdo a la producción si no a sus ingresos.

En cuanto a rubro de clientes se determinó que el segmento de mayor importancia es el de estufas ya que posee un 50% siendo el porcentaje razonable debido a que se maneja un promedio de 23 días promedio para recuperar el efectivo queremos recalcar que nuestra política de ventas es colocar nuestros productos en distribuidores no en minoristas entonces la recuperación de cartera es por 30 días crédito a todos nuestros clientes

El mayor porcentaje que se tiene de inventario corresponde a Estufas con un 54% con una rotación de 6.1 veces en el año, este número comparado con refrigeradoras es similar ya que este se mueve 6.6 veces al año. Y el resto de los segmentos posee el 4% y se mueve 13.3 veces al año. Por el tipo de inventario que es no importa cuánto tiempo pase almacenado ya que el mismo viene bien empacado puede pasar por varios meses en bodega.

En cuanto al rubro de caja y bancos, se determinó que el segmento de mayor rentabilidad es el de estufas con el 62% de los ingresos y de acuerdo como lo muestra la información es el segmento que genera la mayor parte de ventas, pero si el que mayor utilidad deja esto tiene que ver por el valor de venta. Pero el segmento de refrigeradoras tiene un porcentaje de 30% y el resto de los segmentos contribuyen con un 8%.

**REFRISA**  
**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL**  
**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,013**  
**(cifras expresadas en Q.)**

INGRESOS	Total	Estufas		Refrigeradoras		Resto de Segmentos		
		Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	
Venta de Electrodomesticos	54,820,212	100%	33,988,531	62%	16,446,064	30%	4,385,617	8%
Costo de Ventas	40,461,225	100%	25,929,734	64%	13,050,765	32%	1,480,726	4%
<b>Margen Bruto</b>	14,358,987		8,058,798		3,395,299		2,904,891	
<b>Gastos de Operación</b>	6,331,860		2,520,080		1,709,602		2,102,178	
Gastos de Ventas	2,532,744	100%	1,570,301	62%	759,823	30%	202,620	8%
Gastos de Administracion	3,799,116	100%	949,779	25%	949,779	25%	1,899,558	50%
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	8,027,127	100%	5,538,718	69%	1,685,697	21%	802,713	10%



## 4.8 Identificación de Segmentos Geográficos

La empresa Refrisa tiene sus cartera de clientes en 5 zonas geográficas, las cuales son: centro, sur, norte, oriente y occidente, de las cuales se realizan las siguientes pruebas para identificar que cumplan con los umbrales que establece la norma y así presentar información separada o categorizarse como resto de segmentos, tal como lo menciona la Norma Internacional de Información Financiera No. 8 (NIIF 8).

### Umbrales de Ingresos

Los ingresos totales por zona geográfica ascienden a Q.54,820,212.00, del cual el 10% asciende a Q.5,482,021.00

A continuación presentaremos la prueba del 10% de los ingresos, para determinar los segmentos de los cuales deben informarse.

<b>REFRISA</b>				
<b>INGRESOS POR ZONA GEOGRÁFICA</b>				
<b>SEGMENTO GEOGRÁFICO</b>		<b>INGRESOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CALIFICA</b>
<b>Zona</b>	Centro	24,120,893	44%	<b>SI</b>
<b>Zona</b>	Sur	11,512,245	21%	<b>SI</b>
<b>Zona</b>	Norte	9,319,436	17%	<b>SI</b>
<b>Zona</b>	Oriente	6,578,425	12%	<b>SI</b>
<b>Zona</b>	Occidente	3,289,213	6%	<b>NO</b>
	<b>Total</b>	<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>	
	Segmentos de Operación	51,530,999	94%	
	Resto de Segmentos	3,289,213	6%	
	<b>Total</b>	<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>	

## Conclusiones:

Con base en lo anterior se determinó que existen cuatro segmentos que califican con base en los umbrales que establece la norma para presentar información por separado, siendo estos: centro, sur, norte y oriente, los cuales ascienden a un monto total de Q.51, 530,999.00, que corresponde al 100%.

Se debe informar por separado o como resto de los segmentos la zona Occidente que posee el 6% de los ingresos.

Y es muy importante mencionar si alguno de los segmentos no cumpliera con una de las pruebas a realizarse. Se considerara como resto de los segmentos.

## Umbrales de Utilidad

La utilidad de la empresa que obtuvo el periodo terminado fue Q.8,027,127.00, aplicaremos lo que establece la norma: que los segmentos iguales o superiores al 10% de la utilidad se mostrarán por separado y los que no apliquen como resto de segmentos, siendo para calificar la cantidad Q.802,713.00.

REFRISA				
UMBRALES DE UTILIDAD POR ZONA GEOGRÁFICA				
SEGMENTO GEOGRAFICO		INGRESOS	PORCENTAJE	CALIFICA
Zona	Centro	3,933,292	49%	SI
Zona	Sur	1,765,968	22%	SI
Zona	Norte	1,284,340	16%	SI
Zona	Oriente	882,984	11%	SI
Zona	Occidente	160,543	2%	NO
	<b>Total</b>	<b>8,027,127</b>	<b>100%</b>	
	Segmentos de Operación	7,866,584	98%	
	Resto de Segmentos	160,543	2%	
	<b>Total</b>	<b>8,027,127</b>	<b>100%</b>	

## Conclusiones:

Con el resultado obtenido de la aplicación del 10% que indica la norma, vemos que califican 4 de los 5 segmentos siendo los siguientes centro, sur, norte, oriente con un total de Q.7,866,584.00, que asciende al 98% de la utilidad, y al occidente lo llamaremos resto de los segmentos con Q.160,543.00 con un 2%.

Y resaltando que el segmento que más aporta es el centro con un 49%, que asciende a Q.3,933,292.00

## Umbrales de Activos

Para que se revele información por separado de los segmentos es necesario que sus activos sean iguales o superiores al 10% de los activos combinados de todos los segmentos.

La empresa cuenta con una activo total de Q.20,447,340.00, del cual el 10% que establece la norma es de Q.2,044,734.00

REFRISA				
UMBRALES DE ACTIVOS POR ZONA GEOGRÁFICA				
SEGMENTO GEOGRÁFICO		INGRESOS	PORCENTAJE	CALIFICA
Zona	Centro	8,792,356	43%	SI
Zona	Sur	4,702,888	23%	SI
Zona	Norte	3,476,048	17%	SI
Zona	Oriente	2,658,154	13%	SI
Zona	Occidente	817,894	4%	NO
	<b>Total</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>	
	Segmentos de Operación	19,629,446	96%	
	Resto de Segmentos	817,894	4%	
	<b>Total</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>	

## Conclusiones:

Con base a la aplicación de los umbrales que establece la norma, se concluye que de los segmentos de los cuales se debe brindar información separada son: centro, sur, norte, oriente, los cuales corresponden el 96% siendo el de mayor rentabilidad el segmento del centro, seguido por el segmento del sur.

El segmento occidente corresponde al 4% restante calificando con resto de los segmentos.

En el cuadro que se presenta a continuación se realiza un extracto, en la cual se detallan los segmentos por zona geográfica, los cuales calificaron en las pruebas anteriores, y a la vez se presenta el segmento occidente, que se categoriza como resto de los segmentos.

REFRISA IDENTIFICACIÓN DE LOS SEGMENTOS GEOGRÁFICOS								
Segmento	Ingreso	%	Utilidad	%	Activo	%	Pasivo	%
Centro	24,120,893	44%	3,933,292	49%	8,792,356	43%	2,786,535	38%
Sur	11,512,245	21%	1,765,968	22%	4,702,888	23%	2,199,896	30%
Norte	9,319,436	17%	1,284,340	16%	3,476,048	17%	1,173,278	16%
Oriente	6,578,425	12%	882,984	11%	2,658,154	13%	733,299	10%
Resto de Segmentos	3,289,213	6%	160,543	2%	817,894	4%	439,979	6%
<b>Totales</b>	<b>54,820,212</b>	<b>100%</b>	<b>8,027,127</b>	<b>100%</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>	<b>7,332,987</b>	<b>100%</b>

A continuación haremos un estudio por cada uno de los segmentos geográficos de la empresa partiendo con el de mayor rentabilidad que es el segmento del centro.

### Segmento del Centro

Según se observa en las pruebas anteriores, este segmento corresponde al de mayor rentabilidad, es por eso que es importante desglosar e informar los departamentos que lo conforman, como se demuestra a continuación.

**REFRISA**  
**INDENTIFICACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DEL SEGMENTO DEL CENTRO**

Segmento	Ingreso	%	Utilidad	%	Activo	%	Pasivo	%
Guatemala	10,854,402	45%	1,769,982	45%	3,956,560	45%	1,253,941	45%
Sacatepequez	7,236,268	30%	1,179,988	30%	2,637,707	30%	835,961	30%
Chimaltenango	3,618,134	15%	589,994	15%	1,318,853	15%	417,980	15%
Progreso	2,412,089	10%	393,329	10%	879,236	10%	278,654	10%
<b>Totales</b>	<b>24,120,893</b>	<b>100%</b>	<b>3,933,292</b>	<b>100%</b>	<b>8,792,356</b>	<b>100%</b>	<b>2,786,535</b>	<b>100%</b>

Como se observa que el departamento que tiene mayor rentabilidad tiene es el de Guatemala, que corresponde a un 45% de los ingresos generados por el segmento, siendo un monto total de ingresos de Q.10,854,402.00

El departamento que menor rentabilidad tiene en este segmento es el Progreso, el cual genera un rentabilidad del 10%. Es importante recomendar al departamento de ventas una estrategia para poder abarcar el mercado masivo que se genera en dicho departamento, ya que es un departamento de paso para muchos destinos tanto para oriente y norte, pero también por los pocos centros laborales que existen en el mismo ya que la mayor parte de las personas por la cercanía a la capital emigran y compra en el segmento de Guatemala sus productos para después trasladarlos a sus casas, se tiene que implementar nuevas políticas comerciales para poder vender más productos tanto como refrigeradoras.

### Segmento del Sur

**REFRISA**  
**INDENTIFICACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DEL SEGMENTO DEL SUR**

Segmento	Ingreso	%	Utilidad	%	Activo	%	Pasivo	%
Escuintla	3,453,673	30%	529,790	30%	1,410,866	30%	659,969	30%
Suchitepéquez	2,878,061	25%	441,492	25%	1,175,722	25%	549,974	25%
Retalhuleu	2,302,449	20%	353,194	20%	940,578	20%	439,979	20%
Quetzaltenango (Costa sur)	1,726,837	15%	264,895	15%	705,433	15%	329,984	15%
San Marcos	1,151,224	10%	176,597	10%	470,289	10%	219,990	10%
<b>Totales</b>	<b>11,512,245</b>	<b>100%</b>	<b>1,765,968</b>	<b>100%</b>	<b>4,702,888</b>	<b>100%</b>	<b>2,199,896</b>	<b>100%</b>

Con base en la información presentada en el cuadro anterior, se determina que el total de ingresos de este segmento es de Q.11, 512,245.00, de los cuales el 30% es generado por el departamento de Escuintla debido a que en este departamento

se utilizan muchos productos de línea blanca, ya que posee las principales costas del país, y que muchas familias disfrutan pasar sus vacaciones y en las cuales siempre compran algún producto de nuestra empresa estufas como refrigeradoras. Los restantes departamentos, al igual que Escuintla, aportan gran cantidad de ingresos al segmento. Solo Suchitepéquez y Retalhuleu aportan en conjunto a la compañía en ingresos por Q.5,180,510.00.

Lo más importante es que la parte comercial tiene que implementar un plan que nos permita explotar más el segmento, ya que es un mercado muy atractivo para generar mayor venta.

### **Segmento del Norte**

Con base en lo demostrado el departamento que muestran mayor rentabilidad en el segmento geográfico del norte es Petén, con un ingreso total de Q.3,727,774.00, que corresponde al 40%. Y el departamento de Izabal con un monto total de ingresos de Q.2,795,831.00 que corresponde al 25%.

El porcentaje restante los integran Alta y Baja Verapaz esto se debe a la poca demanda de productos de línea blanca, se está realizando estudios de mercado para que nuestros distribuidores tengan y conozcan lo que los clientes necesitan y así poder generar una relación comercial, y poder realizar bazares o descuentos para que la población tenga más acceso a los productos.

Es importante señalar que el cliente final solo nos compra la estufa, ya que por no contar con muchas comunidades del servicio eléctrico no pueden adquirir el resto de nuestros productos, para esto se ha tenido conocimiento de que habrá planes de electrificación en el área para poder promocionar mayor venta y elevar los ingresos del segmento

**REFRISA**  
**IDENTIFICACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DEL SEGMENTO DEL NORTE**

Segmento	Ingreso	%	Utilidad	%	Activo	%	Pasivo	%
Petén	3,727,774	40%	513,736	40%	1,390,419	40%	469,311	40%
Izabal	2,795,831	30%	385,302	30%	1,042,814	30%	351,983	30%
Alta Verapaz	1,863,887	20%	256,868	20%	695,210	20%	234,656	20%
Baja Verapaz	931,944	10%	128,434	10%	347,605	10%	117,328	10%
<b>Totales</b>	<b>9,319,436</b>	<b>100%</b>	<b>1,284,340</b>	<b>100%</b>	<b>3,476,048</b>	<b>100%</b>	<b>1,173,278</b>	<b>100%</b>

### Segmento de Oriente

Este segmento es muy importante porque aporta 12% de los ingresos totales de la empresa, y el departamento con mayor rentabilidad es Zacapa con 2,302,449.00 que representa al 35%.

Acá existe algo que no sucede en los demás segmentos, ya que tanto los departamentos de Chiquimula y Jutiapa aportan el 20% cada uno.

**REFRISA**  
**IDENTIFICACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DEL SEGMENTO DE ORIENTE**

Segmento	Ingreso	%	Utilidad	%	Activo	%	Pasivo	%
Zacapa	2,302,449	35%	309,044	35%	930,354	35%	256,655	35%
Chiquimula	1,315,685	20%	176,597	20%	531,631	20%	146,660	20%
Jutiapa	1,315,685	20%	176,597	20%	531,631	20%	146,660	20%
Santa Rosa	986,764	15%	132,448	15%	398,723	15%	109,995	15%
Jalapa	657,843	10%	88,298	10%	265,815	10%	73,330	10%
<b>Totales</b>	<b>6,578,425</b>	<b>100%</b>	<b>882,984</b>	<b>100%</b>	<b>2,658,154</b>	<b>100%</b>	<b>733,299</b>	<b>100%</b>

### Segmento de Occidente

El segmento de occidente es considerado como “resto de segmentos”, debido a que no cumple con los umbrales cuantitativos establecidos por la norma y a la vez muestra una rentabilidad muy baja correspondiente a un 6%.

Este departamento se encuentra integrado por los departamentos: Quiché, Sololá, Huehuetenango y Totonicapán; según se observa, el departamento de mayor rentabilidad es Quiché, que muestra un total de ingresos de Q.1,809,067.00 que corresponde al 55%.

Se recomienda que en este segmento se establezcan estrategias de venta, que le permitan al consumidor final adquirir nuestros productos. Pero también acá se encuentra que la mayor parte de la población no tiene posibilidades para comprar algún producto de línea blanca, por las condiciones de las comunidades que habitan y que la forma de cocinar es con leña, por la cual no necesitan estufas a gas o eléctricas, o refrigeradoras.

**REFRISA**  
**IDENTIFICACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DEL SEGMENTO DE OCCIDENTE**

Segmento	Ingreso	%	Utilidad	%	Activo	%	Pasivo	%
Quiché	1,809,067	55%	88,298	55%	449,841	55%	241,989	55%
Sololá	986,764	30%	48,163	30%	245,368	30%	131,994	30%
Huehuetenango	328,921	10%	16,054	10%	81,789	10%	43,998	10%
Totonicapán	164,461	5%	8,027	5%	40,895	5%	21,999	5%
<b>Totales</b>	<b>3,289,213</b>	<b>100%</b>	<b>160,543</b>	<b>100%</b>	<b>817,894</b>	<b>100%</b>	<b>439,979</b>	<b>100%</b>

#### 4.9 Análisis por medio de Razones Financieras, en Segmentos Geográficos

Haciendo uso de razones financieras, analizaremos cada uno de los segmentos por zona geográfica, para determinar cuál es el de mayor rentabilidad y a la vez realizaremos recomendaciones a la administración para aquellos de menor rentabilidad.

#### Razón de Solvencia:

Mediante el uso de esta razón se determina si cada uno de los segmentos puede cubrir sus pasivos corrientes, haciendo uso de sus activos corrientes, tomando en cuenta el inventario que cada uno posee.

#### Razón de Solvencia:

$$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} = \frac{Q11,155,866.00}{Q6,599,683.00} = Q1.7$$



Para obtener los datos que se muestran aplicaremos la siguiente formula

Centro	Q4,797,022.38	/	Q2,507,879.54	=	Q1.9
Sur	Q2,565,849.18	/	Q1,979,904.90	=	Q1.3
Norte	Q1,896,497.22	/	Q1,055,949.28	=	Q1.8
Oriente	Q1,450,262.58	/	Q659,968.30	=	Q2.2
Resto de Segmentos	Q446,234.64	/	Q395,980.98	=	Q1.1
	<b>Q11,155,866.00</b>	<b>/</b>	<b>Q6,599,683.00</b>	<b>=</b>	<b>Q1.7</b>

Con lo anterior se determina que cada segmento cumple con los umbrales cuantitativos y tienen la capacidad de cubrir cada quetzal adeudado, tal es el caso del segmento del sur que tiene Q.2.2 para cubrir cada quetzal, seguido por el centro, norte y sur. Permitiendo demostrar que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones.

Y con el resto de los segmentos podemos decir que también puede cubrir sus obligaciones, ya que posee Q.1.10 por cada quetzal.

### Razón del Ácido

Esta prueba es determinante, ya que le permite a la empresa evaluar la capacidad que se tiene para cubrir sus pasivos corrientes, mediante sus activos corrientes, sin hacer uso de su inventario.

<b>Razón de Ácido</b>					
	<u>Activos Corrientes - Inventarios</u>	=	<u>Q5,061,066.00</u>	=	Q0.8
	Pasivo Corriente		Q6,599,683.00		

Evaluando a la empresa globalmente esta no lograr cubrir sus pasivos, pero realizándolo en forma separada por segmentos geográficos se determinó lo siguiente al aplicar la fórmula:

Centro	Q2,176,258.38	/	Q2,309,889.05	=	Q0.9
Sur	Q1,164,045.18	/	Q1,649,920.75	=	Q0.7
Norte	Q860,381.22	/	Q1,517,927.09	=	Q0.6
Oriente	Q657,938.58	/	Q659,968.30	=	Q1.0
Resto de Segmentos	Q202,442.64	/	Q461,977.81	=	Q0.4
	<b>Q5,061,066.00</b>	<b>/</b>	<b>Q6,599,683.00</b>	<b>=</b>	<b>Q0.8</b>

Por medio de la aplicación de la fórmula de esta razón financiera se observa que el único segmento que muestra una rentabilidad aceptada es el oriente, y solo este puede salir de sus obligaciones en el corto plazo con éxito, mientras que los segmentos del centro, norte y sur son menores al porcentaje, ya que por cada quetzal tiene un déficit de Q .0.10, Q.0.30 y Q.0.40 y necesitan tener menos deudas para cubrir sus obligaciones, y se recomienda a la administración evaluar la forma de operar cada uno de los costos que incurren los segmentos.

Mientras que el resto de los segmentos tienen el efectivo con un déficit del 60% de su liquidez para cubrir sus obligaciones, es necesario levantar las ventas con estrategias claras y precisas para hacer crecer cada uno de los departamentos que integran los segmentos pero no solo en ventas, sino también en costos se revisará con la casa matriz para evaluar los precios de compra de los productos y rebajar nuestro costo de ventas.

### Razón de Solidez

<b>Razón de Solidez</b>						
	Activos Totales		=	<u>Q20,447,340.00</u>	=	Q2.8
	Pasivo Totales			Q7,332,987.00		

Se aplica la fórmula a cada uno de los segmentos

Centro	Q8,792,356.20	/	Q2,786,535.06	=	Q3.2
Sur	Q4,702,888.20	/	Q2,199,896.10	=	Q2.1
Norte	Q3,476,047.80	/	Q1,173,277.92	=	Q3.0
Oriente	Q2,658,154.20	/	Q733,298.70	=	Q3.6
Resto de Segmentos	Q817,893.60	/	Q439,979.22	=	Q1.9
	<b>Q20,447,340.00</b>	<b>/</b>	<b>Q7,332,987.00</b>	<b>=</b>	<b>Q2.8</b>

Por medio de la aplicación de la fórmula de esta razón financiera se observa que todos los segmentos logran cubrir sus pasivos en el corto y el largo plazos, incluyendo el resto de los segmentos, debido a que se hace uso del activo no corriente, es decir que todos los bienes tangibles de la empresa; sin embargo, es necesario que la administración evalúe el grado de inversión que se debe realizar para evaluar el volumen de ventas y lograr abarcar más el mercado y tener mayor rentabilidad.

Como observamos cada uno de los segmentos tiene la capacidad de más de un quetzal para cubrir sus obligaciones y el oriente posee Q.3.60 por cada uno invertido.

### Rotación de Inventarios

<b>Rotación de Inventarios</b>					
	$\frac{\text{Costo de Artículos Vendidos}}{\text{Promedio de Inventario}}$	=	$\frac{\text{Q40,461,225.00}}{\text{Q6,094,800.00}}$	=	7

Como se mencionó la empresa tiene un promedio de renovar sus existencias 6.6 veces al año, al evaluar los segmentos de operación se obtuvieron resultados satisfactorios:

Centro	Q17,802,939.00	/	Q1,828,440.00	=	9.7
Sur	Q8,496,857.25	/	Q1,645,596.00	=	5.2
Norte	Q6,878,408.25	/	Q1,218,960.00	=	5.6
Oriente	Q4,855,347.00	/	Q1,218,960.00	=	4.0
Resto de Segmentos	Q2,427,673.50	/	Q182,844.00	=	13.3
	<b>Q40,461,225.00</b>	<b>/</b>	<b>Q6,094,800.00</b>	<b>=</b>	<b>7</b>

Con los resultados anteriores, se determina que los segmentos por área geográfica se obtuvieron resultados razonables: en el centro se renueva 9.7 veces al año el inventario y el norte 5.6 veces al año, y en los segmentos de sur y oriente se tiene una rotación de 5.2 y 4.0 veces al año, lo cual es razonable por el tipo de productos que se tienen en bodega. Con el resto de los segmentos se tiene una rotación de 13.3 veces al año.

### Días Pendientes de Cobro

<b>promedio de Venta por día</b>	=	$\frac{\text{Total de ventas al año}}{365}$	=	$\frac{Q54,820,212}{365}$	=	Q150,192
		$\frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Promedio de venta al día}}$	=	$\frac{Q4,344,459}{Q150,192}$	=	29

Con base en lo anterior, se muestra un promedio de 29 días en que la empresa está recuperando las cuentas por cobrar. Este resultado muestra una eficiencia en la recuperación de cartera y la política establecida por la administración. Se tiene un máximo de 45 días.

	<b>Venta</b>		<b>Días</b>		<b>Venta por Día</b>
Centro	Q24,120,893.28	/	365	=	66,085
Sur	Q11,512,244.52	/	365	=	31,540
Norte	Q9,319,436.04	/	365	=	25,533
Oriente	Q6,578,425.44	/	365	=	18,023
Resto de Segmentos	Q3,289,212.72	/	365	=	9,012
	<b>Q54,820,212.00</b>	<b>/</b>	<b>1,825</b>	<b>=</b>	<b>30,038</b>

<b>Segmento</b>	<b>C * C</b>		<b>Venta por día</b>		<b>Días de Cobro</b>
Centro	Q2,660,441.00	/	Q66,084.64	=	40
Sur	Q755,433.57	/	Q31,540.40	=	24
Norte	Q555,714.00	/	Q25,532.70	=	22
Oriente	Q138,144.00	/	Q18,023.08	=	8
Resto de Segmentos	Q234,726.00	/	Q9,011.54	=	26
	<b>Q4,344,458.57</b>	<b>/</b>	<b>Q150,192.36</b>	<b>=</b>	<b>29</b>

Por lo que se recomienda rebajar la política de cobro ya que la misma se está recuperando en un promedio de 30 días crédito, y se concluye con los resultados obtenidos por los segmentos y el oriente tiene 08 días y el del norte 22 y lo que implicaría solo presionar para que la cobranza en los segmentos del sur y centro ya que cuenta con 24 y 40 días y la nueva política de crédito sería de 30 días y esto aplicaría para el próximo año.

Con el resto de los segmentos se tiene 26 días de crédito, por lo cual es bastante razonable y favorable para la empresa.

### Razón de Endeudamiento

<b>Endeudamiento</b>				
	<u>Pasivos Totales</u>	=	<u>Q7,332,987.00</u>	= 36%
	Activos Totales		Q20,447,340.00	

Aplicaremos la formula a cada uno de los segmentos

Centro	Q2,786,535.06	/	Q8,792,356.20	=	32%
Sur	Q2,199,896.10	/	Q4,702,888.20	=	47%
Norte	Q1,173,277.92	/	Q3,476,047.80	=	34%
Oriente	Q733,298.70	/	Q2,658,154.20	=	28%
Resto de Segmentos	Q439,979.22	/	Q817,893.60	=	54%
	<b>Q7,332,987.00</b>	<b>/</b>	<b>Q20,447,340.00</b>	<b>=</b>	<b>36%</b>

En base a los resultados anteriores se obtuvo que los segmentos de sur y norte tienen 47% y 34% de endeudamiento, lo cual es razonable para sostener el la inversión total de estos segmentos en sus activos.

Mientras tanto los segmentos de centro y oriente muestran un 32% y 28% y se le sugiere a la administración que tienen que buscar fuentes de financiamiento.

Con el resto de los segmentos tiene un 54% de endeudamiento, por lo que se considera necesario utilizar capital externo y ver nuevas estrategias que fortalezcan el segmento.

### Rendimiento de Activos Totales

<b>Rendimiento de Activos Totales</b>					
	<u>Utilidad Neta</u>		=	<u>Q8,027,127.00</u>	= 39%
	Activos Totales			Q20,447,340.00	

Aplicaremos la siguiente formula a los segmentos:

Centro	Q3,933,292.23	/	Q8,792,356.20	=	45%
Sur	Q1,765,967.94	/	Q4,702,888.20	=	38%
Norte	Q1,284,340.32	/	Q3,476,047.80	=	37%
Oriente	Q882,983.97	/	Q2,658,154.20	=	33%
Resto de Segmentos	Q160,542.54	/	Q817,893.60	=	20%
	<b>Q8,027,127.00</b>	<b>/</b>	<b>Q20,447,340.00</b>	<b>=</b>	<b>39%</b>

Como se observa los resultados son razonables, el segmento del centro es el que aporta el 45%, pero en conjunto el rendimiento que los activos realizan en cada uno nos permite tener resultados beneficiosos. Y el resto de los segmentos aporta el 20%.

**Margen de Utilidad neta**

<b>Margen de Utilidad Neta</b>
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Venta Neta}} = \frac{Q8,027,127.00}{Q54,820,212.00} = 15\%$

Se aplica la fórmula a los segmentos geográficos, para determinar el margen de utilidad por cada uno:

Centro	Q3,933,292.23	/	Q24,120,893.28	=	16%
Sur	Q1,765,967.94	/	Q11,512,244.52	=	15%
Norte	Q1,284,340.32	/	Q9,319,436.04	=	14%
Oriente	Q882,983.97	/	Q6,578,425.44	=	13%
Resto de Segmentos	Q160,542.54	/	Q3,289,212.72	=	5%
	<b>Q8,027,127.00</b>	<b>/</b>	<b>Q54,820,212.00</b>	<b>=</b>	<b>15%</b>

Los resultados obtenidos muestran que el segmento del centro aporta el 16% de la utilidad de la empresa que es bastante razonable y lo siguen los segmentos del sur y norte con 15% y 14%, y el resto de los segmentos aporta el 5%, que no es muy rentable, se le recomienda a la administración nuevos métodos de venta y de distribución de los costos para hacer crecer la rentabilidad para el próximo año.

#### **4.10 Estados Financieros segmentados por zona geográfica**

A continuación se presenta el Balance de Situación Financiera y el Estado de Resultado Integral segmentados por zona geográfica, con base en lo establecido por la Norma Internacional de Contabilidad No. 1 "Presentación de los Estados Financieros".

Como se podrá observar en el siguiente Balance de Situación Financiera, el activo no corriente fue segmentado de acuerdo con sus ingresos, tal como se hizo en el segmento de operación. Esto se realizó de esta forma debido a que el activo no corriente no participa directamente en la producción, por lo que no se podía realizar con base en la depreciación de los mismos.

En cuanto a los inventarios, se observa en el siguiente Estado Financiero segmentado, que el mayor posee es en el segmento del centro con un total del 30% que asciende a la cantidad de Q.1,828,440.00 y Q.1,645,596.00, que corresponde al sur con un 27%, y allí el resto que se compone con los segmentos del norte y sur con la misma cantidad Q.1,218,960, correspondiente al 20% del valor del inventario. Es importante mencionar que el segmento que mayor rotación tiene de inventario es el del centro con 9.7 veces al año, seguido por el resto de los segmentos con 13.3 veces. Que para el tipo de producto que vende la empresa se ven razonables las rotaciones de inventario en año en curso.

En cuanto al rubro de clientes el mayor porcentaje corresponde al segmento del centro, ya que la mayoría de ventas se realizan en el área de la capital con nuestros distribuidores más importantes, caber mencionar que la empresa en este segmento tarda en recuperar dicho efectivo en un promedio de 40 días vencidos, por lo que se hace un recordatorio de que la política de créditos será modificada y se hará el esfuerzo en cobrar en los 30 días.



En la parte del pasivo en el corto y el largo plazos el segmento que posee más obligaciones es el centro, ya que como se observa a mayor ventas mayor compra de inventario, por eso el mismo tiene en el corto un 35% de total de la deuda de la compañía, que asciende a Q.2,309,889.00 y lo siguen el sur y norte, con el 25 y 23% de las obligaciones de la empresa.

Es importante mencionar que el segmento geográfico que tiene la mayor rentabilidad por la cantidad de ventas es el segmento del centro, ya que como hemos analizado es el más importante para nuestra operación y concentrándonos en los demás segmentos porque necesitamos obtener mayores utilidades para la empresa porque aporta el Q.3, 933,292.00, y se tiene que trabajar norte y oriente para obtener beneficios diferentes a los de este año. Es necesario que la empresa evalúe cada uno de los segmentos y determine que todos los costos y gastos sean bien distribuidos para que se obtenga más rentabilidad.

El resto de segmentos generó una utilidad correspondiente a Q.160,543.00 igual al 2%. Para el siguiente periodo se enfocará en nuevas estrategias de mercado para elevar el cumplimiento del mismo

**REFRISA**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,013**  
(cifras expresadas en Q.)

ACTIVOS	Total	CENTRO		SUR		NORTE		ORIENTE		RESTO DE LOS SEGMENTOS		
		Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	
<b>Activos No Corrientes</b>												
Vehiculos de reparto (neto)	9,170,037	100%	3,943,116	43%	2,109,109	23%	1,558,906	17%	1,192,105	13%	366,801	4%
Equipo de computacion (neto)	68,871	100%	29,615	43%	15,840	23%	11,708	17%	8,953	13%	2,755	4%
Mobiliario y Equipo (Neto)	52,566	100%	22,603	43%	12,090	23%	8,936	17%	6,834	13%	2,103	4%
<b>Activos Corrientes</b>												
Inventarios	6,094,800	100%	1,828,440	30%	1,645,596	27%	1,218,960	20%	1,218,960	20%	182,844	3%
Cuentas por cobrar	4,344,459	100%	2,660,441	61%	755,434	17%	555,714	13%	138,144	3%	234,726	5%
Caja y Bancos	716,607	100%	308,141	43%	164,820	23%	121,823	17%	93,159	13%	28,664	4%
<b>Suma total del Activo</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>	<b>8,792,356</b>	<b>43%</b>	<b>4,702,888</b>	<b>23%</b>	<b>3,476,048</b>	<b>17%</b>	<b>2,658,155</b>	<b>13%</b>	<b>817,893</b>	<b>4%</b>

**PATRIMONIO Y PASIVO**

<b>CAPITAL</b>												
Aportaciones por Capitalizar	2,265,444	100%	1,052,140	46%	566,361	25%	270,931	12%	475,845	21%	99,834	-4%
Utilidades Retenidas	2,654,691	100%	1,141,517	43%	458,874	17%	265,469	10%	530,938	20%	257,893	7%
Ganancia del Periodo	8,027,127	100%	3,933,292	49%	1,765,968	22%	1,284,340	16%	882,984	11%	160,543	2%
Reserva Legal	152,091	100%	69,962	46%	38,023	25%	18,251	12%	31,939	21%	6,084	-4%
Capital Pagado	15,000	100%	6,900	46%	3,750	25%	1,800	12%	3,150	21%	600	-4%
<b>PASIVO</b>												
<b>Pasivo No Corriente</b>												
Prestamos a largo plazo	733,304	100%	278,656	38%	219,991	30%	117,329	16%	73,330	10%	43,988	6%
<b>Pasivos Corrientes</b>												
Proveedores del Exterior	4,399,789	100%	1,539,926	35%	1,099,947	25%	1,011,951	23%	439,979	10%	307,985	7%
Proveedores Locales	2,199,894	100%	769,963	35%	549,974	25%	505,976	23%	219,989	10%	153,993	7%
<b>Suma Patrimonio y pasivo</b>	<b>20,447,340</b>	<b>100%</b>	<b>8,792,356</b>	<b>43%</b>	<b>4,702,888</b>	<b>23%</b>	<b>3,476,047</b>	<b>17%</b>	<b>2,658,155</b>	<b>13%</b>	<b>817,894</b>	<b>4%</b>

**REFRISA**  
**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL**  
**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,013**  
(cifras expresadas en Q.)

INGRESOS	Total	CENTRO		SUR		NORTE		ORIENTE		RESTO DE LOS SEGMENTOS		
		Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje %	
Venta de Electrodomesticos	54,820,212	100%	24,120,893	44%	11,512,245	21%	9,319,436	17%	6,578,425	12%	3,289,213	6%
Costo de Ventas	40,461,225	100%	17,802,939	44%	8,496,857	21%	6,878,408	17%	4,855,347	12%	2,427,674	6%
<b>Margen Bruto</b>	14,358,987		6,317,954		3,015,387		2,441,028		1,723,078		861,539	
<b>Gastos de Operación</b>	6,331,860		2,384,662		1,249,419		1,156,688		840,095		700,996	
Gastos de Ventas	2,532,744	100%	713,051	28%	451,605	18%	510,838	20%	384,201	15%	473,049	19%
Gastos de Administración	3,799,116	100%	1,671,611	44%	797,814	21%	645,850	17%	455,894	12%	227,947	6%
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	8,027,127	100%	3,933,292	49%	1,765,968	22%	1,284,340	16%	882,984	11%	160,543	2%

#### 4.11 Análisis con la aplicación del punto de equilibrio

Mediante este método se permite la determinación de unidades que deberán ser vendidas para no tener pérdidas y así lograr mantener equilibrada la empresa.

A continuación se hace un análisis global de la empresa Refrisa con la información siguiente

Punto de Equilibrio					
		$\frac{\text{Gastos Fijos}}{1 - \frac{\text{Gastos Variables}}{\text{Ventas}}}$	=	$\frac{Q3,799,116.00}{1 - \frac{Q2,532,744.00}{Q54,820,212.00}}$	= $\frac{Q3,799,116.00}{0.9537991}$ = Q3,983,140.75
Punto de Equilibrio en Unidades	$\frac{\text{Punto de Equilibrio}}{\text{Precio promedio de Ventas}}$	=	$\frac{Q3,983,141}{2,500}$	=	1,593 unidades

Con el resultado obtenido, se demuestra que la empresa necesita vender los otros productos, que sus precios son mayores porque se obtiene mayor utilidad que despachando estufas de mesa, ya que se vende en volumen pero no en utilidad. Y necesitamos tener ventas de refrigeradoras y no de estufas porque eso nos incrementa el número de unidades a vender en el punto de equilibrio pero no el promedio en el precio de venta

Con este resultado aplicaremos la fórmula para determinar el punto de equilibrio por segmento. Para cada uno de los segmentos que hemos trabajado.

Segmento	Punto de Equilibrio	P.E. en Unidades
Estufas	Q2,748,367.12	956
Refrigeradoras	Q836,459.56	478
Resto de los Segmentos	Q398,314.08	159
Totales	<u>Q3,983,140.75</u>	<u>1593</u>

Segmento	Punto de Equilibrio	P.E. en Unidades
Centro	Q1,752,581.93	701
Sur	Q836,459.56	335
Norte	Q677,133.93	271
Oriente	Q477,976.89	191
Resto de Segmentos	Q238,988.45	96
	<u>Q3,983,140.75</u>	<u>1593</u>

Como se observa solo el resto de los segmentos cumple con el punto de equilibrio. No es que esté mal, pasa que los precios son muy diversos en cada uno de los segmentos, por ejemplo en las estufas existe infinidad de modelos y estilos y precios, que van de una estufa de mesa hasta un estufa eléctrica de 30 pulgadas de ancho y acero inoxidable, con horno y encendido eléctrico de las perillas, que la hacen de un precio mayor. Y de las refrigeradoras, que van desde una sola puerta y de 11 pies hasta un doble puerta de 18 pies.

## CONCLUSIONES

1. Como se puede observar la necesidad de realizar un análisis de la información contable con base en los lineamientos de la Norma Internacional de Información Financiera “Segmentos de Operación” número ocho, y así poder tomar decisiones oportunas por parte de la administración y terceros, en tanto que su administración es de utilidad para la presentación de resultados por segmento, tanto segmentos de operación como segmentos por zona geográfica; es de subrayar que la implementación de dicha norma requiere que la industria a la que se proponga debe de cotizar en bolsa.
2. Con base en la investigación se determinaron las leyes con las cuales se rige la República de Guatemala para que puedan cumplir este tipo de empresas para poder funcionar de la manera correcta del territorio nacional.
3. La aplicación de la Norma Internacional de Información Financiera número ocho “Segmentos de Operación” da como resultado el análisis adecuado de los segmentos de negocio y geográficos más rentables porque muestra la participación de cada uno a nivel de ingresos, costos, gastos y utilidad, siendo los mejores segmentos de negocio las estufas y refrigeradoras y en geográfico el centro, sur.
4. Utilizar el análisis y la interpretación de los Estados Financieros a través de los diferentes métodos. Los métodos y procedimientos más adecuados para la preparación y presentación de la información financiera por segmentos son los que se utilizaron en esta investigación. Dicha metodología se propone para obtener la identificación de los segmentos sobre los que debe informarse y la ventaja que presenta el análisis de dicha información ya desglosada para la correcta y oportuna toma de decisiones toda la información.

## RECOMENDACIONES

1. Implementar la Norma Internacional de Información Financiera No 8 Segmentos de Operación en las empresas que presenten su información financiera por segmentos, que apliquen los lineamientos y procedimientos que están establecidos y a la vez los Estados Financieros como lo establece la norma Internacional de Contabilidad No. 1 “Presentación de Estados Financieros”.
2. Que las empresas que se dediquen a la comercialización o producción de productos de línea blanca para el hogar apliquen cada una de las leyes establecidas en el capítulo II, y que conozcan las ventajas y desventajas de cada una de los regímenes de nuestra sociedad.
3. Cuando las empresas utilizan la Norma Internacional de Información Financiera número ocho “Segmentos de Operación”. Observen los lineamientos establecidos por la misma para presentar la información financiera segmentada, principalmente en lo referente a los formatos, así como en la información a revelar. Y se necesitan revisar los segmentos de negocio de lavadoras/secadoras y otros menores para incrementar las ventas y, a su vez, los centros geográficos del norte y occidente para generar más ingresos en la sociedad.
4. Es importante que el analista de los Estados Financieros conozca y domine los distintos métodos de análisis que existen, para aplicar el mejor método de acuerdo con el caso específico que esté estudiando, ya que una razón financiera puede ser buena para cierto tipo de empresas y puede no ser adecuado para otras, también es importante que se interprete en forma adecuada el resultado de las razones financieras aplicadas

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Promulgado por Asamblea Nacional Constituyente. 30 de mayo de 1985.
2. Congreso de la República de Guatemala, CÓDIGO DE COMERCIO DE GUATEMALA, Decreto 2-70 y sus reformas, Guatemala, 1970.
3. Congreso de la República de Guatemala, CÓDIGO TRIBUTARIO, Decreto 6-91 y sus reformas, Guatemala, 1991.
4. Congreso de la República de Guatemala. LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, Decreto 27-92 y 20-2006, Guatemala, 1992, 2006.
5. Congreso de la República de Guatemala. LEY DEL IMPUESTO DE SOLIDARIDAD. Decreto 73-2008.
6. Congreso de la República de Guatemala. REGÍMENES DE ACTIVIDADES LUCRATIVAS Decreto 10-2012 a partir de Enero 2013 y LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA. Decreto 26-92. y sus reformas, Guatemala, 1992.
7. International Accounting Standard Board (IASB). NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA NO. 08, SEGMENTOS DE OPERACIÓN. Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores. Guatemala, 2011.
8. International Accounting Standard Board (IASB). NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA. Traducido al Español por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF),



Publicado por el Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores, 2011.

9. Moreno Fernández, Joaquín. ESTADOS FINANCIEROS ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN. 2ª. edición, Editorial Compañía Editorial Continental, México D.F., 2006.
  
10. Perdomo Salguero, Mario L. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS (PARTE II). 2ª. edición, Editorial Ediciones Contables, Administrativas (ECA), Guatemala, 2005.