

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

**INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN
EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DULCES Y
SALADOS DESHIDRATADOS**

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

POR
KEYVYN HUMBERTO PALENCIA MOSCOSO

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADO

Guatemala, Enero 2015

**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 Roldan
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. José de Jesús Portillo Hernández
Área Contabilidad	Lic. Carlos Humberto Echeverría Guzmán
Área Auditoría	Lic. Salvador Giovanni Garrido Valdez

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

Presidente	Lic. Jorge Luis Reyna Pineda
Secretaria	Licda. Miriam Alicia Guerrero Rodríguez
Examinador	Lic. Oscar Fernando Aguilar García

Guatemala, 05 de julio 2,014

Señor:
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala
Lic. José Rolando Secaida Morales
Edificio S-8
Ciudad Universitaria Zona 12

Respetable Señor Decano:

En atención a la designación efectuada por medio del Dictamen número **DIC-AUD-303-2012** de fecha dos de octubre de dos mil doce, para asesorar al estudiante KEVYN HUMBERTO PALENCIA MOSCOSO en el trabajo de investigación denominado **"INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DULCES Y SALADOS DESHIDRATADOS"**; tengo el agrado de dirigirme a usted, para manifestarle que he procedido a revisar y orientar al mencionado sustentante, sobre el contenido de dicho trabajo.

En ese sentido, manifiesto que he cumplido con la labor asignada por dicha decanatura, por lo que en mi opinión reúne los requisitos exigidos por las normas pertinentes, razón por la cual recomiendo su aprobación para su discusión en el Examen General de Tesis, previo a optar el Título de Contador Público y Auditor en el Grado Académico de Licenciado.

Atentamente,



Lic. Sergio Estuardo Barrios Juárez
Contador Público y Auditor
Colegiado Activo No. 3257

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

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

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
OCHO DE ABRIL DE DOS MIL QUINCE.

Con base en el Punto cuarto, inciso 5.1, subinciso 5.1.1 del Acta 09-2015 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 10 de marzo de 2015, se conoció el Acta AUDITORÍA 407-2014 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 10 de noviembre de 2014 y el trabajo de Tesis denominado: "INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DULCES Y SALADOS DESHIDRATADOS", que para su graduación profesional presentó el estudiante KEVYN HUMBERTO PALENCIA MOSCOSO, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. CARLOS ROBERTO CÁBRERA MORALES
SECRETARIO



LIC. JOSE ROTANDO SECALDA MORALES
DECANO



Ingrid

Smp.

ACTO QUE DEDICO

A DIOS	Por derramarme la sabiduría, para alcanzar los objetivos deseados.
A MIS PADRES	Carlos Humberto Palencia Rivera y Arminda Elizabeth Moscoso de Palencia, por su ejemplo de humildad, apoyo incondicional, consejos, regaños y por estar a mi lado siempre.
A MIS ABUELOS	Mama Cata (QEPD) y Papa Pancho (QEPD), Aquilino (QEPD), por brindarme siempre su cariño y enseñar siempre el camino del bien.
A MIS HERMANOS	Sayra Catalina y José Carlos por darme ánimos siempre.
A MI ESPOSA	Guisela por contar siempre con su apoyo incondicional.
A MI SUEGRA Y CUÑADOS	Eugenia y sus hijos Sergio, Edwin, Shený por el cariño y respaldo que me han brindado.
A MIS TIOS	Juan, Leonel, María, Fernando, Gilda, Olga y Paco por su orientación y cariño sincero.
A MIS PRIMOS	Por su cariño y amistad incondicional.
A MIS AMIGOS	Por el apoyo recibido.
A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	A mi querida Facultad de Ciencias Económicas, te llevaré en mi corazón.

ÍNDICE

Pags.

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DESHIDRATADOS DULCES Y SALADOS

1.1	Empresa	1
1.2	Actividad comercial	6
1.3	Marco legal	7

CAPÍTULO II

CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1	Definiciones	24
2.2	Antecedentes históricos	26
2.3	Información financiera	30
2.4	Norma Internacional de Información Financiera No.8 Segmentos Operación	44
2.5	Análisis Norma Internacional de Información Financiera Segmento de Operación	58

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA

3.1	Generalidades	62
3.2	Métodos de análisis de información financiera	63
3.3	Razones financieras	67

CAPÍTULO IV

INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DULCES Y SALADOS DESHIDRATADOS (CASO PRÁCTICO)

4.1	Enunciado:	75
4.2	Organigrama 1 la empresa Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A.	79
4.3	Carta de solicitud de consultoría	80
4.4	Alcance del trabajo de la auditoría interna como consultor	81
4.5	Programa de consultoría de la auditoría interna	84
4.6	Razones de rentabilidad al Estado del Resultado Integral	86
4.7	Identificación de segmentos	88
4.8	Participación del Auditor Interno como consultor para distribución de costo	93
4.9	Participación del Auditor Interno como consultor distribución gastos de operación	95
4.10	Participación del Auditor Interno como consultor distribución de otros gastos y productos financieros	99
4.11	Distribución de costos y gastos	101
4.12	Umbrales cuantitativos	103
4.13	Elaboración de Estado del Resultado Integral	109
4.14	Informe resultados obtenidos Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.	126
	CONCLUSIONES	134
	RECOMENDACIONES	136
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	137
	ANEXO	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Rentas de Actividades Lucrativas	15
Tabla 2 Ejemplo de identificación de segmentos	47

ÍNDICE DE FORMATOS

Formato 1 Naturaleza de gastos ejemplo Estado del Resultado Integral	33
Formato 2 Función de gastos ejemplo Estado del Resultado Integral	34
Formato 3 Ejemplo de Estado de Situación Financiera	39

ÍNDICE DE ORGANIGRAMA

Organigrama 1 Empresa Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A.	79
---	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No.1	Ejemplo Estado del cambio en el patrimonio	41
Cuadro No.2	Ejemplo de umbral Cuantitativo segmento operación Ingresos	50
Cuadro No.3	Ejemplo de umbral Cuantitativo segmento operación a Informar	51
Cuadro No.4	Ejemplo de umbral Cuantitativo segmento operación 75%	51
Cuadro No.5	Ejemplo de Estado de Resultado Integral segmento negocio	59
Cuadro No.6	Ejemplo de Estado de Resultado Integral segmento geográfico	61
Cuadro No.7	Ejemplo de Análisis Verticales	65
Cuadro No.8	Ejemplo de Análisis Horizontales	66
Cuadro No.9	Identificación de segmentos de negocio	90
Cuadro No.10	Categoría de Segmento de negocio	91
Cuadro No.11	Identificación de Segmento geográfico	92
Cuadro No.12	Categoría de Segmentos geográfico	93
Cuadro No.13	Costo de Venta por segmento de negocio	94
Cuadro No.14	Costo de venta por segmento geográfico	95
Cuadro No.15	Distribución de gastos de operación segmento negocio	98
Cuadro No.16	Distribución de gastos de operación segmento geográfico	99
Cuadro No.17	Distribución otros gastos y Productos Segmento negocio	100
Cuadro No.18	Distribución Otros gastos y productos segmento geográfico	101
Cuadro No.19	Cuadro del Estado de Resultado Integral segmento negocio	102
Cuadro No.20	Cuadro del Estado de resultado integral segmento geográfico	103
Cuadro No.21	Estado del Resultado Integral segmento negocio por zonas	110
Cuadro No.22	Análisis del Estado del Resultado Integral consumé	111
Cuadro No.23	Análisis del Estado del Resultado Integral bebidas	112
Cuadro No.24	Análisis del Estado del Resultado Integral especies	113

Cuadro No.25 Análisis e interpretación segmentos de negocio costo venta	114
Cuadro No.26 Análisis e interpretación segmentos de negocio margen bruto	115
Cuadro No.27 Análisis e interpretación segmentos negocio gastos operación	115
Cuadro No.28 Análisis e interpretación negocio Otros gastos y productos	116
Cuadro No.29 Análisis e interpretación segmentos de negocio utilidad	116
Cuadro No.30 Estado del Resultado Integral segmentos geográficos	118
Cuadro No.31 Análisis del Estado del Resultado Integral por zona central	119
Cuadro No.32 Análisis del Estado del Resultado Integral por zona sur	120
Cuadro No.33 Análisis del Estado del Resultado Integral por zona oriente	121
Cuadro No.34 Análisis e interpretación Segmento geográfico costo de venta	122
Cuadro No.35 Análisis e interpretación segmento geográfico margen bruto	123
Cuadro No.36 Análisis e interpretación segmento geográfico gastos operación	123
Cuadro No.37 Análisis e interpretación geográfica otros gastos y productos	124
Cuadro No.38 Análisis e interpretación segmento geográfico utilidad	124

INTRODUCCIÓN

Esta tesis presenta la “INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DULCES Y SALADOS DESHIDRATADOS”, es el análisis del estado del resultado integral del 01 de enero al 31 de diciembre 2013, la cual puede ser presentada de diferentes formas como segmentos geográficos, segmento de negocio, al contar con esta información detallada se puede obtener un mejor análisis, así como diagnosticar las aéreas que necesitan mejorar.

El objetivo general de esta investigación, es que la administración pueda revelar el resultado sobre cada uno de los segmentos por medio de la norma internacional de información financiera número ocho “Segmentos de Operación” para la toma de decisiones.

La presente tesis consta de cuatro capítulos, como resultado de la investigación realizada, el capítulo uno contiene los aspectos generales de la empresa, como los requisitos de inscripción y legales que se necesitan para hacer funcionar la misma.

El capítulo dos se conforma del Contador Público y Auditor en la presentación de información financiera, contiene la historia del mismo, conceptos y características de estados financieros básicos y un resumen de la norma internacional de información financiera número ocho “Segmento de Operación”.

El capítulo tres se conforma del análisis e interpretación de la información financiera, por tal razón tenemos razones financieras, análisis verticales y horizontales, básicamente para ver posibles problemas a primera vista.

El capítulo cuatro contiene el caso práctico de la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. de dulces y salados deshidratados, donde la Auditoría Interna como consultor reestructura el Estado de Resultado Integral en base a la Norma Internacional de Información Financiera número ocho donde se identifican los segmentos de operación y los umbrales cuantitativos, así poder demostrar los beneficios que puede significar a la máxima autoridad en la toma de decisiones y el análisis que podrá realizar por medio de razones de rentabilidad en relación a la venta neta.

Se adjuntan las conclusiones y recomendaciones para que el lector comprenda la importancia que se tiene de analizar el Estado del Resultado por Segmentos de Operación.

CAPÍTULO I

EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DESHIDRATADOS DULCES Y SALADOS

1.1 Empresa

Se refiere al conjunto de capital, trabajo y administración dedicados a cubrir un grupo de personas o también son entidades realizadas para tener un fin de lucro a cambios de las prestaciones o venta de bienes y servicios a un tercero.

1.1.1 Tipos de empresa

Existen diferentes tipos de empresas según su ámbito y producción: según a la actividad o giro, según la forma jurídica, según su tamaño.

- Según a la actividad o giro: tiene su clasificación de acuerdo a la actividad que desarrolle por medio de la prestación de servicios de mano de obra o por medio de la compra y venta de productos terminados o la transformación de materias primas a productos.
 - Industriales: tiene su entorno en la producción mediante la transformación de materias primas a productos con el fin de obtener lucro.
 - Comerciales: la empresa tiene como fin la compra y venta de productos terminados.

- Servicios: son los que brindan un servicio de mano de obra a la comunidad.
- Según la forma jurídica: esta tiene su clasificación de acuerdo a la responsabilidad legal de sus propietarios.
 - Empresas individuales: es la que solo tiene un propietario, es decir responsabilidad ilimitada.
 - Empresas sociedades mercantiles: están constituidas por varias personas, dentro de su clasificación están: la sociedad anónima y sociedad colectiva, sociedad comanditaria, sociedad responsabilidad limitada.
- Según su tamaño: existe criterio único para medir el tamaño de una empresa, solo por medio de indicadores como volumen de ventas, capital, activos y otros.

1.1.2 Características de una empresa

- Ser una organización que funciona de manera conjunta, para alcanzar determinados fines u objetivos que ayude a la organización como tal y a sus integrantes.
- Buscar obtener beneficios económicos para la entidad, disponer de herramientas necesarias para alcanzarlos. Por tener un mejor desarrollo en la entidad por consecuencia tendrán mejores beneficios los empleados, de manera organizada en que opera se logran más rápido los beneficios que se desean alcanzar.

- Está constituida por un conjunto de elementos que hacen aporte de algún modo a la operación de la empresa y a la generación de los beneficios que se quieren alcanzar y por conjunto de relaciones que ligan económica, institucional y tecnológicamente.
- Realizar actividades económicas, se refiere a la elaboración de productos para su distribución que comprende todos los movimientos de los bienes económicos para que puedan ser consumidos y que consiste en su utilización para la satisfacción de las necesidades y deseos de los sujetos económicos.

1.1.3 Distribuidoras de alimentos

Son empresas que hacen llegar físicamente el producto al consumidor, para que la distribución sea exitosa tiene que estar el producto para el comprador en el momento y el lugar indicado, por consiguiente el comprador es el factor importante para el distribuidor y que la entidad exista.

1.1.4 Canales de distribución

La distancia territorial entre compradores y vendedores ve la necesidad de transportes y comercialización para la entrega del mismo, para su utilización y consumo.

Entre estos canales de distribución para la entrega del producto están:

- Agente: son personas relacionadas a la empresa y respetan la distribución de productos por zona geográfica.

- Mayorista: adquieren productos directamente de la empresa y venden a minorista y otras entidades.
- Minorista: esta clasificación también se llama detallista, son los que venden directamente al cliente final.

1.1.5 Alimentos deshidratados

La desecación o deshidratación de alimentos fue uno de los primeros métodos que utilizaron los antepasados. Lo empleaban los Incas en el Perú, quienes colocaban alimentos bajo los rayos directos de su dios, el Sol. Durante la Edad Media, los frutos secos, como el melocotón, uvas pasas e higos disecados formaban parte de la cocina tradicional de las familias numerosas. En la época prehispánica se hacían trueques de diferentes gramos y semillas en las plazas de las comunidades y desde entonces se ha ampliado la oferta de alimentos deshidratados que se pueden disfrutar y adquirir en mercados.

Deshidratado se refiere a la eliminación de agua a los alimentos, seleccionar bajo condiciones controladas de temperaturas, humedad y circulación del aire, con lo que se obtiene un producto pequeño, liviano, de buen sabor y olor resistente.

- Clasificación de deshidratación de alimentos:

La deshidratación de los alimentos tiene dos clasificaciones fundamentales para su conservación por su división debe ser:

- Natural: consiste en colocar los alimentos en recipientes o charolas con amplias superficies de evaporación por el clima, ya que es necesario gran espacio de aire y se puede ver afectada por el polvo, la lluvia y plagas.
- Artificial: es la técnica más utilizada en nuestros días, los alimentos se colocan en secadores mecánicos a base de aire caliente, como hornos de gas, de microondas que controlan las condiciones climáticas y sanitarias por lo que se obtienen productos de buena calidad, higiénicos y libres de sustancias tóxicas.

Entre algunos equipos o cámaras para elaborar productos deshidratados están: Hornos, cámaras de secado y secador de cabina.

Existe una gran cantidad de alimentos deshidratados como frutas, verduras, carnes, cereales, salsa, leche, mole, sopas, pollo, café y muchos más.

- Ventajas de los alimentos deshidratados: entre las ventajas que se puede mencionar en alimentos deshidratados:
 - Son pequeños y pesan menos de su estado normal.
 - Requieren mínimo espacio para transportarlos y almacenarlos.
 - Conservan gran parte de su sabor, color, consistencia y aspectos durante largos períodos de tiempo.
 - Solo requieren refrigeración a partir de que se hidratan para su consumo.

- Tiempo prolongado para su conservación.
- Están disponibles en cualquier temporada.
- Son una buena opción para personas muy ocupadas.
- Ideales en casos de desastres, excursiones y viajes.
- Durante el proceso de deshidratación sólo tiene una pérdida mínima de sustancias nutritivas.

1.2 Actividad comercial

Es la forma o actividad de cómo se comercializan objetos o servicios y poderlos trasladar de un lugar a otro.

1.2.1 Concepto de comercio

El término comercio proviene del concepto latino “Commercium” y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objeto de comprar y vender un producto; al comercio también se le denomina local comercial, negocio, tienda y al grupo social conformado por los comerciantes.

El comercio en otras palabras es la negociación y tráfico que se hace al comprar y vender con el objeto de obtener una ganancia.

1.2.2 Empresas mercantiles en Guatemala

Son las entidades dedicadas a obtener un lucro a cambio de bienes y servicios que operan en Guatemala.

1.3 Marco legal

El marco legal que encierra a las empresas comerciales, está tipificado en el conjunto de normas existentes en el país, prevaleciendo la Constitución Política de la República de Guatemala y debajo de ésta toda una serie de Leyes y sus reglamentos específicos.

1.3.1 Aspectos legales para su constitución e inscripción

En este caso el tipo de empresa es una Sociedad Anónima, para su constitución debe seguir los siguientes pasos:

- Faccionar una escritura pública ante un Notario, con los aspectos generales de la sociedad, el capital no debe ser menor de cinco mil quetzales, número de acciones, tipo de acciones comunes, preferentes o ambas.
- Pagar el capital social por lo menos cinco mil quetzales, depositado en una cuenta monetaria o de ahorro de un banco.
- Nombrar un administrador único o representante legal.

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

- Llenar formulario para inscribir como sociedad anónima, la cual queda provisionalmente.
- Inscribir formalmente la patente de comercio de la empresa.
- Inscribir el nombramiento del representante legal.

Para inscribirse en la Superintendencia de Administración Tributaria se debe seguir los siguientes pasos de la solicitud de inscripción de contribuyentes:

- Nombre y apellidos completos de la persona individual, razón social o denominación legal y nombre comercial si lo tuviere.
- Nombre y apellidos completos del representante legal de la persona jurídica o de los contribuyentes y de las personas que de acuerdo con el documento de constitución o sus reformas, tengan la calidad de gerente o administrador y copia legalizada del documento que acredita la representación.
- Domicilio fiscal es el lugar donde se ejercerán la actividad económica.
- Actividad económica principal se refiere a que se enfocará la empresa con manera de lucro.
- Fecha de iniciación de actividades afectas para empezar a aplicar la obligación tributaria. Con estos pasos la entidad queda constituida e inscrita en la República de Guatemala

1.3.2 Legislación tributaria de Guatemala

Desde la creación de la empresa, los trámites de inscripción, registro y operación que la ley establece según el tipo de empresa y el giro de la misma, es decir, a la actividad a que se dedica, para la recaudación de fondos para el Estado de Guatemala.

- Antecedentes históricos en Guatemala:

En Guatemala actualmente sufren muchas modificaciones tanto las leyes como los reglamentos, por consiguiente en nuestro País es necesario tener actualización constante de las mismas y poder regirse a lo que nos pide la nación en efecto de tributación.

Por consiguiente para su entendimiento se mencionan algunas legislaciones aplicables en Guatemala que de una u otra manera afectan a toda entidad mercantil que ejerce, no se ampliará el tema porque es demasiado extenso, por tal motivo solo se mencionan los aspectos generales e importantes que pueden afectar a cualquier contribuyente.

1.3.3 Código de Salud, Decreto No.90-97 del Congreso de la República de Guatemala

Poseer registros sanitarios de todos los productos con que se comercializan, según el Reglamento para el control sanitario para empresas alimenticias.

- Requisito de funcionamiento:
 - Ser autorizados por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

- Nombrar una persona responsable.
 - Presentar planos actualizados de las instalaciones del edificio.
 - autorizados por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
 - Archivo de tarjetas de salud del personal directamente involucrado en las operaciones.
 - Expediente de registro sanitario de cada producto.
- Establecimientos para el expendio de alimentos: se refiere al lugar permanente o temporal que se destina básicamente a la fabricación, comercialización, distribución y consumo de alimentos.
 - Permiso Sanitario: “Toda persona natural o jurídica que pretenda instalar un establecimiento de alimentos, deberá obtener licencia sanitaria otorgada por el Ministerio de Salud, de acuerdo a las normas y reglamentos sanitarios y en el plazo fijado en los mismos. Se exceptúan de esta disposición, los establecimientos cuyo ámbito de responsabilidad corresponda al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, las Municipalidades, tal como contempla en el artículo 130 literal b) y d) de la presente ley. La licencia sanitaria tendrá validez por cinco (5) años, quedando el establecimiento sujeto a control durante éste período”. (3:33)
 - Registro Sanitario de referencia: servirá de patrón para tener parámetro de control con los productos que se están comercializando, el registro tendrá vigencia de cinco años, siempre y cuando mantenga las características del patrón de muestra y cumpla con las normas de calidad y seguridad.

Poseer registros sanitarios de todos los productos con que se comercializan, según el Reglamento para el control sanitario para empresas alimenticias.

- Inspección de los mercados: se ejercerá una vigilancia y control sanitario con el Ministerio de salud y municipalidades de forma permanente de los establecimientos de alimentos en el interior de ferias y mercados municipales con el fin de asegurar que funcionen con las normas y reglamentos sanitarios que aseguren su inocuidad o esto quiere decir que se pueda consumir por el ser humano, de acuerdo a lo que establezca este reglamento. Si se expenden alimentos procesados con nombre comercial, deberán cumplir con la reglamentación vigente sobre registro sanitario o certificación sanitaria.
- Responsabilidad: "los productores o distribuidores de alimentos para consumo humano o la persona que éste acredite ante las autoridades sanitarias, será del cumplimiento de las normas y reglamentos sanitarios que regulan la calidad e inocuidad de los mismos.

Los distribuidores o expendedores de alimentos para consumo humano o la persona que peste acredite ante las autoridades sanitarias, será responsable de la venta de alimentos con nombre comercial que no cuente con registro sanitario o certificación sanitaria, o cuya fecha de vencimiento haya caducado o se encuentre notoriamente deteriorados.”(3:32)

1.3.4 Código Tributario Decreto No.6-91 y sus reformas, Congreso de la República de Guatemala

El Código Tributario trata de regular la legalidad en materia tributaria, con el objeto de evitar abusos de poder y normar las relaciones entre el fisco y los contribuyentes, determinar las bases de recaudación de los tributos. Lo que estipula el Código Tributario es de derecho público y rigen las relaciones jurídicas que originan el tributo establecidos por el Estado con excepción de las relaciones aduaneras y municipales por que se aplica de manera supletoria.

El Código Tributario forma el marco legal para decretar tributos ordinarios y extraordinarios, reformarlos y suprimirlos, definir el hecho generador de la obligación tributaria, establecer el sujeto pasivo del tributo como contribuyente o responsable y la responsabilidad solidaria, la base imponible y la tarifa o tipo impositivo.

La Superintendencia de Administración tributaria asignará al contribuyente un número de identificación tributaria – NIT – el cual deberá consignarse en cualquier trámite que desee realizar en las facturas y en cualquier otro documento que emitan de conformidad con la Ley.

Dentro las reformas del Decreto No.04-2012 Disposición para el fortalecimiento del sistema tributario y el combate a la defraudación y al contrabando.

- Reformas al Decretó No.26-91 del Congreso de la Republica Código Tributario:
 - Se adiciona el Artículo 30B Información sobre producción, transporte y distribución con el siguiente texto:

La Superintendencia de Administración Tributaria instalara dispositivos de control o sistemas que le permitan obtener información sobre la producción, importación, distribución, compraventa, transporte, comercialización de bienes o servicios, directamente dentro de los sistemas o mecanismos de control de contribuyente.

- Artículo 57A Solvencia fiscal:

Es el documento por medio del cual la Administración Tributaria hace constar que a la fecha de su expedición, un contribuyente se encuentra al día en el cumplimiento de sus deberes tributarios formales y ha pagado los adeudos tributarios líquidos y exigibles.

1.3.5 Código de Comercio Decreto No.2-70

El Código de Comercio trata de estimular la libre empresa, facilitado su organización y sus operaciones, dentro de limitaciones justas y necesarias que permitan al estado mantener una vigilancia de las mismas, como parte de su función coordinadora de la vida nacional. El Código de Comercio consta de cuatro libros cada uno con sus respectivos títulos, mil treinta y ocho artículos para el desarrollo del comercio en la nación.

Son aplicables a los comerciantes en su actividad profesional, los negocios jurídicos mercantiles y cosas mercantiles, en su defecto por las del Derecho Civil que se aplicarán e interpretarán de conformidad con los principios que inspira el Derecho Mercantil.

La inscripción de una sociedad en el Registro Mercantil, le otorga el derecho al uso exclusivo de una 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.

Por consiguiente son comerciantes la industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios, como también la intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios, la banca, seguros y fianzas, los auxiliares de las anteriores.

Los comerciantes están obligados a llevar contabilidad y registro en forma organizada, para efecto deberán llevarlos siguientes libros o registros: inventarios, de Primera entrada o Diario, mayor o centralizador, de Estados Financieros.

Podrán utilizar otros que crean necesarios por exigencias contables o administrativas, los comerciantes que tengan un activo menor o igual Q 25,000.00 pueden omitir en su contabilidad los libros o registros enumerados, a excepción de aquellos que obliguen las leyes especiales.

1.3.6 Ley de Actualización Tributaria Decreto No.10-2012 del Congreso de la República de Guatemala

En la Decreto No.10-2012 en su artículo No.1, Objeto: desarrollar los preceptos del Impuesto Sobre la renta contenido en el libro 1, así como normar lo relativo al cobro administrativo del impuesto y los procedimientos para su recaudación y control.

En el Artículo 3 del alcance territorial de las rentas decreto número 10-2012 Ley de Actualización Tributaria: Conforme al artículo 4 de la Ley, se consideran rentas de fuentes guatemaltecas aquellas generadas por actividades total o

parcialmente en el territorio de la República de Guatemala, en otras palabras a todas las persona individual o jurídica, nacional o extranjera, domiciliada o no en el país, así como cualquier ente, patrimonio o bien que especifique la ley, que provenga de las rentas de capital, de trabajo o la combinación de ambos, quedan afectas al impuesto todas las rentas y ganancias de capital obtenidas en el país.

Las empresas distribuidoras está afecta a este Impuesto Sobre la Renta, por dedicarse a actividades comerciales como persona jurídica nacional, domiciliada en el país y obtener ganancias de capital dentro del territorio de Guatemala.

- Renta de Actividades Lucrativas (Titulo II): artículo 14 se establecen los siguientes regímenes para la renta de actividades lucrativas:
- Régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas,
- Régimen opcional simplificado sobre ingresos de actividades lucrativas.

El impuesto será de la siguiente manera para los tres años siguientes:

Tabla 1
Rentas de Actividades Lucrativas

Régimen	2013	2014	2015	
Sobre Utilidades	31%	28%	25%	
Régimen	Año	Rango de Renta Mensual	Importe Fijo	Tipo impositivo
Opcional Simplificado	2013	Renta imponible	0.00	6% s/renta imponible
	2014	Q 0.01 a Q 30,000.00	0.00	5% s/renta imponible
		Q 30,001.00 adelante	Q1,500.00	7% s/excedente Q 30.001.00
	2015	Q 0.01 a Q 30,000.00	0.00	5% s/renta imponible
Q 30,001.00 adelante		Q1,500.00	7% s/excedente Q 30.001.00	

Fuente: elaboración propia.

La presentación de renta actividades lucrativas tiene dos modalidades para que realicen sus pagos trimestrales:

- Cierres contables parciales,
- Renta imponible estimada del 8%

Las rentas por la forma opcional simplificada se elimina del decreto No.04-2012 para pago directo por excepción cuando: Autorizado por la Superintendencia de Administración Tributaria con Solvencia Fiscal vigente para las otras dos opciones.

Facturas Especiales: las personas individuales o jurídicas que lleven contabilidad completa de acuerdo al Código de Comercio, exportadores de productos agropecuarios, artesanales y productos reciclables, que sea autorizada por la superintendencia de Administración Tributaria, emitan facturas especiales por cuenta del vendedor o prestaciones de servicios de acuerdo a la Ley del Impuesto al Valor Agregado, las tasas para el año 2013 en adelante será del seis por ciento para bienes y por servicios, para el año 2014 será de Q 0.01 a Q30,000.00 del cinco por ciento y de Q30,001.00 en adelante del siete por ciento.

- Renta de Capital:

Son ingresos o rentas de fuente guatemalteca derivas del capital o ganancias de capital, devengadas en dinero o especies por residentes o no en Guatemala. Entre las rentas de Capital tenemos los dividendos, utilidades, los intereses pagados por personas individuales o jurídicas, como también las regalías pagadas o que se utilicen en Guatemala, derechos de autor, Marcas o señales de publicidad.

- Renta del Trabajo en Relación de Dependencia:

Es la obtención de toda retribución o ingreso en dinero, que provenga del trabajo por la prestación de servicios en relación de dependencia por personas residentes en el país.

Las rentas sujetas al impuesto sobre la renta para empleados tenemos: sueldos, bonificaciones, aguinaldos, comisiones, propinas, viáticos no sujetos a liquidación, otras remuneraciones que no constituyan reintegro de gastos, remuneraciones, gratificaciones, retribuciones.

La única deducción que se pueden contemplar con la actual reforma es de Q 48,000.00, la presentación una planilla de Q 12,000.00 y las donaciones.

Dentro las reformas del Decreto No.04-2012 Disposición para el fortalecimiento del sistema tributario y el combate a la defraudación y al contrabando.

- Régimen de Pequeño Contribuyente

- Se reforma el artículo 45 Régimen de pequeño Contribuyente con el texto así:

Las personas individuales, jurídicas cuyas ventas y servicios no exceda de ciento cincuenta mil quetzales en un año calendario, podrán solicitar inscripción como Pequeño Contribuyente.

- Se reforma el artículo 47 Tarifa del pequeño contribuyente así:

La tarifa del Pequeño Contribuyente será del cinco por ciento sobre los ingresos brutos totales por ventas o prestaciones de servicios que

obtengan el contribuyente inscrito en este régimen en cada mes calendario.

1.3.7 Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA) Decreto No.27-92 y reformas

Trata de ampliar el ámbito de aplicación del tributo, por medio del registro de la compra y venta de bienes o servicios en el territorio de Guatemala que permite al Gobierno cumplir con sus objetivos de desarrollo económico y social. La tarifa impositiva del impuesto al valor agregado es del 12% al realizar actividades de compra – venta de productos deshidratados. Las distribuidoras están afectas al pago del impuesto la cual es declarada mensualmente de la diferencias de débitos y créditos que se habla más adelante.

En el Artículo 2 Definiciones: se establece Impuesto al Valor Agregado sobre los actos y contratos gravados que sirvan para transferir a título oneroso el dominio total o parcial de bienes muebles o inmuebles situados en el territorio nacional.

El Impuesto al Valor Agregado es el resultado de dos partes:

- **Débito Fiscal:** se determina sobre el total de las ventas o servicios generales, es la suma del impuesto cargado por el contribuyente en las operaciones afectas realizadas en el período impositivo respectivo.
- **Crédito Fiscal:** es la suma del impuesto cargado al contribuyente por las compras afectas realizadas durante el mismo período.

No generará impuesto de Crédito fiscal lo siguiente:

- Gastos por adquirir bienes o servicios destinados al uso o consumo particular del dueño, socio, directores, administradores y empleados.
- Gastos por adquirir bienes o servicios que no sean necesarios en el proceso de producción, comercialización de los bienes o la prestación de servicios del contribuyente.
- Gastos por la compra o arrendamiento, mantenimiento, reparación, combustible, lubricantes, seguros u otros de vehículos nuevos o usados, que por su naturaleza no sean necesarios para la comercialización de los bienes o la prestación de servicios del contribuyente.

Por consiguiente ya con ambos impuestos se deberá hacer un cálculo de suma para el resultado, si se obtuvo más crédito o débito para poder determinar el impuesto a declarar.

Es necesario que los contribuyentes mantengan al día un libro de compras, servicios recibidos y otro de ventas, servicios prestados, pueden ser llevados en forma manual y computarizada, los registros de compras y ventas tiene dos meses siguientes de la emisión del documento para ser declarada.

Dentro de la Ley de Actualización Tributaria No.10-2012 reforma al Decreto No. 27-92 Ley del Impuesto al Valor Agregado y se encuentra:

Artículo 155 reforma al Artículo 29 Documentos Obligatorios: los contribuyentes afectos al impuesto de esta Ley están obligados a emitir con carácter legible y

permanente o por medio electrónico, para entregar al adquiriente y a su vez es obligación del adquiriente exigir y retirar los siguientes documentos:

- Facturas, por las ventas, permutas, arrendamientos, retiros, destrucción, pérdida, o cualquier hecho que implique faltante de inventario cuando constituya hecho generador de este impuesto y por los servicios que presten los contribuyentes afectos, incluso respecto de las operaciones exentas o con personas exentas.
- Facturas de Pequeño Contribuyente para el caso de los contribuyentes afiliados al régimen de pequeño contribuyente establecido en esta Ley.
- Notas de débito para aumentos del precio o recargos sobre operaciones ya facturadas.
- Notas de crédito para la devolución, anulaciones o descuentos sobre operaciones ya facturadas.
- Otros documentos que en casos concretos y debidamente justificados, autorice la Administración Tributaria para facilitar a los contribuyentes el adecuado cumplimiento en tiempo de sus obligaciones tributarias.

1.3.8 Ley de Impuestos de Timbres Fiscales Decreto No.37-92 y sus reformas.

Se establece un Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado especial para protocolos. Sobre los documentos que contienen actos y contratos, civiles, mercantiles, los documentos otorgados en el extranjero que hayan de sufrir efectos en el país, los comprobantes de pago de loterías, rifas y sorteos, entre otros.

La tarifa del impuesto es del 3%, el impuesto se determina aplicando la tarifa al valor del documento, el cual no podrá ser inferior al que conste en los registros públicos, matriculas, catastros o en los listados oficiales.

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

Los contribuyentes afectos a Impuesto al Valor Agregado, están afectos a pagar Impuesto de Timbres Fiscales cuando dichos documentos no sean reportados con el Impuesto al Valor Agregado.

Dentro de la reforma establecida con el Decreto No.10-2012 Ley de actualización tributaria se menciona:

- Reformas a la Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolos:
 - Artículo 170 Documentos afectos: se adiciona el numeral 9 al artículo 2: la segunda y subsiguiente ventas o permutas de bienes inmuebles.

- Artículo 171 Pago del impuesto en testimonios de escritura pública: se adiciona un tercer párrafo al artículo 19: el caso de testimonios de la escritura pública en el que se documente la segunda o subsiguiente ventas o permutas de bienes inmuebles, la base imponible del impuesto la constituye el valor mayor entre los siguientes:
- El Valor Consignado por quien vende, permuta y adquiere, bajo juramento en la escritura pública.
- El valor establecido por un valuador autorizado.
- El valor inscrito por el contribuyente en la matricula fiscal.

1.3.9 Ley del Impuesto de Solidaridad (ISO), Decreto No.73-2008 del Congreso de la República de Guatemala

Este impuesto sirve para dar cumplimiento a las obligaciones que le impone al Estado la Constitución Política de la República de Guatemala en materia de inversión social, para que el estado tenga los recursos necesarios para el financiamiento de los programas sociales que demanda la población más necesitada.

Aplica a personas individuales, jurídicas, fideicomisos, contratos de participación, sociedades irregulares, sociedades de hecho, sucursales, agencias o establecimientos permanentes o temporales de personas extranjeras que operen en el país, copropiedades, comunidad de bienes, que dispongan de patrimonio propio, realicen actividades mercantil o agropecuarias, en el territorio de Guatemala y obtengan un margen bruto superior al 4% de sus ingresos brutos.

- Ingreso Bruto: conjunto total de rentas brutas ganadas de toda naturaleza, habituales o no, incluyendo los ingresos obtenidos por las ventas de activos fijos, declarados o que debieron declararse por el sujeto pasivo, durante el período anual anterior.
- Margen Bruto: en este punto no se incluyen los gastos de ventas y administrativos, es el resultado de la sumatoria de los ingresos por servicio más el neto del total de ventas menos costo de ventas.

Están exentos quienes inicien actividades por primera vez en los primeros cuatro trimestres de operación, como también universidades, el estado y municipalidades, asociaciones, fundaciones, entre otros.

El Impuesto de Solidaridad se debe pagar sobre la cuarta parte del monto que resulte mayor entre activo neto o los ingresos brutos, el impuesto puede optar a las siguientes formas de acreditación:

- Impuesto de Solidaridad pagado dentro del plazo acreditarlo al Impuesto Sobre la Renta (no necesita autorización para cambiarlo).
- Impuesto Sobre la Renta acreditado al Impuesto de Solidaridad (esta opción puede cambiarse únicamente con autorización con la Superintendencia de Administración Tributaria).

CAPÍTULO II

CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 Definiciones

Para conocer la función del Contador Público Auditor en la presentación de información financiera de una distribuidora de productos deshidratados dulces y salados, se atenderán las siguientes definiciones:

- El Contador Público y Auditor es el profesional que posee conocimiento, habilidad y experiencia en temas contables, de auditoría, impuestos, información financiera y otras áreas relacionadas, quien en forma dependiente o independiente comprueba y fiscaliza las transacciones consignadas en los libros y registros contables o analiza dicha información, con el fin de emitir su opinión imparcial acerca de la veracidad y razonabilidad de la misma, “por lo que debe obtener una serie de conocimientos de tal calidad que le permitan lograr dicho objetivo y mantener una conducta ética a todas luces, con lo que incrementará su prestigio personal y el de la profesión organizada en su conjunto.”(19:1)
- Es un profesional universitario, preparado para trabajar bajo un estándar metodológico, que lo capacita para evaluar distintos objetivos y realidades, tener una mentalidad crítica, analítica e investigativa, sobre una base objetiva, independiente y ética, que le permite evaluar la situación que se le presente.
- Es un profesional de calidad internacional, preparado para asesorar, elaborar, analizar, proyectar, revisar e interpretar información de la empresa como entidad económica, para facilitar a la dirección general la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias administrativas a corto, mediano y largo plazo,

además de poder desempeñarse en otras áreas, como: administrativa, costos, presupuestos, auditoría, impuestos, así como en materias complementarias, tales como la legislación fiscal, laboral, mercantil y en economía.

Debe contar con independencia mental e imparcialidad de criterio y de opinión, no solamente de hecho, sino también en cuanto a las apariencias, para evitar cualquier entredicho que lo pueda vincular a situaciones que permitan dudar de tales cualidades. Su condición de independencia debe ser obligatoria, pues en este sentido debe desenvolverse imparcialmente, en atención a hechos reales comprobables, según su propio criterio y con perfecta autonomía, por lo que debe estar desligado de todo vínculo con los dueños, administradores e intereses de la empresa distribuidora en que desempeñe su función. Además, por ser un profesional que goza de “Confianza Pública”, reviste importancia la responsabilidad que asume en el ejercicio de su profesión, debido a que los resultados de sus labores van dirigidos a los grupos de interés, tanto en el ámbito interno como externo de la entidad.

El Contador Público y Auditor debe contar, personal y profesionalmente con valores como:

- Integridad: debe ser honesto, leal, veraz y diligente en el desempeño de su función.
- Independencia: debe tener la independencia intelectual y moral que le permita garantizar que los intereses de los destinatarios de sus servicios serán tratados con objetividad.
- Legalidad: su actuación debe ser conforme al ordenamiento jurídico y a las normas corporativas que existen en el país.

- **Confidencialidad:** no debe divulgar la información confidencial que conozca en el transcurso de su trabajo profesional, ya que está sometida al derecho y deber del secreto profesional.
- **Formación y Perfeccionamiento:** el perfeccionamiento profesional y la continua actualización de sus conocimientos son una obligación para garantizar la prestación de servicios de calidad a sus usuarios.
- **Lealtad:** siempre debe mantener una actitud respetuosa, leal y solidaria con sus colegas, y evitar posiciones de conflicto en sus relaciones profesionales.

2.2 Antecedentes históricos

El Contador Público y Auditor es de suma importancia para Guatemala, derivado a las necesidades de dar credibilidad a los estados financieros de entidades, para conocer los antecedentes históricos se mencionan los siguientes conceptos.

2.2.1 Nacimientos de la profesión

Según José Cerda Aparicio y Enrique de Miguel Fernández en su libro las Cuentas Anuales, “Auditoría que significa el examen de los registros de la Contabilidad comercial con el propósito de hacer un juicio sobre las cifras presentadas, solamente llegó a ser una profesión y una disciplina separada hacia la mitad del siglo XIX en Inglaterra, aunque sus orígenes son mucho más antiguos.

Auditoría es palabra derivada del latín (“audire” = Oír), en inglés “auditing” significa oyendo las cuentas, porque en su origen los propietarios del negocio oían la información ya que no sabían leer ni escribir.”(8:13)

En Guatemala a través del nacimiento de la profesión, grupos de egresados de la Escuela de Comercio, realizan gestiones para crear un centro de estudios superiores en el campo de las ciencias económicas. A través de esta demanda se crea el decreto gubernativo No. 1972 del 25 de mayo de 1937, aprobado en la Asamblea Legislativa, decreto 2270 del 19 de marzo de 1938, se crea la Facultad de Ciencias Económicas adscrita a la Universidad Nacional, dependiente del poder ejecutivo, nace la profesión de Contador Público y Auditor, para “establecer en el país estudios económicos superiores”. La Facultad se inaugura el 30 de junio e inicia sus actividades el 6 de agosto del mismo año. En 1943, en los albores de la gesta de Octubre de 1944, se gradúa el primer Economista, Contador Público y Auditor, doctor Manuel Noriega Morales, fundador del Banco de Guatemala y decano de la Facultad (1948-1952). El doctor Noriega Morales concibió una Banca Central orientada al desarrollo productivo del país. (20:4)

2.2.2 Funciones

Desarrollar actividades con profesionalismo para satisfacer los intereses internos y externos, basándose en principios de: credibilidad, profesionalismo, calidad de los servicios y confianza, utilizar para ello, herramientas de análisis y consultorías financiera, dentro de las que podemos mencionar:

- Planificación Estratégica,
- Estados Financieros,
- Análisis vertical,

- Análisis horizontal,
- Razones financieras,
- Implementación de NIIF.

Todas esas funciones son realizadas antes, durante y después de ejecutadas las operaciones de la empresa, específicamente, funciones como la investigación son realizadas antes de ejecutadas las actividades, utilizar herramientas como análisis horizontales y verticales. Para ello toma en cuenta bases confiables de previsión, posibles riesgos, obstáculos, beneficios, factores positivos y negativos que pueden afectar el desarrollo de la operación.

Durante el desarrollo de las operaciones de la empresa, el Contador Público y Auditor realiza funciones de control y supervisión, velando porque los planes trazados se cumplan o por lo menos no se desvíen tanto en relación a objetivos deseados, ya que si fuese así se replantea las acciones y las estrategias necesarias.

Después de operaciones el Contador Público y Auditor realiza funciones de participación para revisar e interpretar los resultados obtenidos por la distribuidora, y determinar si se alcanzaron los objetivos planteados al inicio de cada ciclo de operaciones, para ello se apoya en herramientas como el análisis financiero en sus diferentes modalidades: Análisis vertical, análisis horizontal y razones financieras.

2.2.3 Expansión de la Profesión:

En la actualidad el Contador Público y Auditor tiene un compromiso mayor, no solamente en el desarrollo de evaluación y control en la empresa en función, sino participa activamente en la materialización de nuevas ideas, que busquen

crear o mejorar el funcionamiento de las compañías distribuidoras, debido a que sus campos de acción se han expandido mucho más allá del concepto de Contador Público y Auditor dedicado al control contable o a la revisión de estados financieros.

Por campo de actuación se debe entender el objeto de una profesión, o sea aquellas actividades que un profesional, por su preparación y experiencia, puede desempeñar con notable pericia y razonable exactitud. Su campo de actuación profesional es lo suficientemente amplio que sería difícil analizar, en qué área no es necesaria su intervención, dentro de una empresa distribuidora de alimentos deshidratados, pues se puede asegurar que para que las situaciones que manejen, se analicen y se ejecuten con transparencia y profesionalismo, es necesaria su participación, ya que cuenta con facultades para ejercer su profesión desde dos puntos de vista:

- De forma independiente: cuando en forma individual o asociado con otros colegas, instala un despacho abierto al público y contrata libremente sus trabajos, percibir la retribución correspondiente por medio de honorarios, o bien cuando presta sus servicios en despachos de reconocido prestigio nacional o internacional.
- De forma dependiente: mediante la celebración de un contrato de trabajo se obliga a desarrollar funciones dentro de la entidad, únicamente para dicha empresa.

2.2.4 Auditor Interno como consultor

La función de la Auditoría Interna es de servir a la empresa como instrumento de control gerencial, el Auditor Interno actual ha cambiado su posición, mentalidad y forma de actuación, convirtiéndose en un asesor de la gerencia a través de sus exámenes, análisis y recomendaciones que tienen a mejorar no solamente las cifras de estados financieros, sino principalmente, los procesos a los cuales fueron sometidas esas cifras contenidas. En otra forma expresada sería “el Auditor Interno ha dado un gran salto dentro de las empresas, en cuanto tiene que ver con su actuación y, de ser un simple revisor de cuentas y transacciones, se ha convertido en un evaluador de procesos y operaciones en ejecución, para proyectar aquellas que debe adoptar la organización en futuro”.(9.59)

El Auditor Interno debe asesorar al Consejo Administrativo de la conducción de la empresa, en la realización permanente de evaluaciones de las operaciones y la capacidad para interpretar la situación actual de la unidad de negocio.

2.3 Información financiera

El objetivo de la información financiera es poder obtener la herramientas necesarias para lo toma de decisiones de una entidad y saber hacia dónde se dirige.

“El objetivo de la contabilidad es generar y comunicar información útil para la oportuna toma de decisiones de los acreedores y accionistas de un negocio, así como de otros públicos interesados en la situación financiera de una organización.” (11:13)

La información financiera es como una herramienta de competitividad, las empresas no pueden competir si no tienen un sistema de información eficiente, entre ellos destaca el sistema de contabilidad, solo por datos proporcionados por los sistemas contables es posible tomar decisiones adecuadas.

2.3.1 Estados Financieros

Son las estructuras básicas con el propósito de cubrir necesidades de la entidad, saber su rendimiento (ganancia o pérdida), conocer los movimientos de efectivo, para cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo, por consiguiente los estados financieros sirve para la toma de decisiones.

2.3.2 Identificación de los Estados Financieros

La entidad refleja los datos básicos que indica la norma internacional de contabilidad número uno que son los siguientes:

- El nombre de la entidad,
- Si lo estados financieros pertenecen a una entidad individual o grupo,
- La fecha de cierre del período sobre el que se informa o termina el período de estados financieros,
- La moneda de presentación,
- El redondeo practicado en los estados financieros.

Los estados financieros se deben mostrar en un período de un año pero pueden presentarse estados financieros intermedios, por alguna necesidad de la entidad.

2.3.3 Finalidad de los Estados Financieros

“El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas.” (12:2)

“La Norma Internacional de Contabilidad Número 1 Presentación de estados financieros, se refiere que los estados financieros completos son los siguientes:

- Estado de Situación Financiera al final del período.
- Estado del Resultados y otro resultado Integral del período.
- Estados de Cambios en el Patrimonio del período.
- Estado de Flujo de Efectivo del período.
- Nota, que incluyan un resumen de las políticas contables y otra información explicativa”.(12:3)

2.3.4 Estado del Resultado Integral

Es la herramienta que sirve para ver los ingresos y gastos ejecutados en una entidad, también como resultado si el negocio fue rentable o no.

“El estado del resultado proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un período específico.” (10:41)

El Estado del Resultado Integral se conforma de gastos de información a presentar, basada en su naturaleza o en función dentro de la entidad, lo que proporcione sea una información que sea fiable y más relevante, el resultado integral presentará partidas para los importes de otros resultados integrales del período, clasificados por naturaleza y agrupadas.

- Naturaleza de los gastos:

Se agrupan los gastos con base a su naturaleza (Ejemplo: depreciaciones, arrendamientos, compra de materiales, costo de publicidad) y no los redistribuirá a los diferentes funciones que se desarrolla la empresa.

Ejemplo del método de naturaleza de gastos en el Estado de Resultados Integral:

Formato No. 1
Estado del Resultado Integral
Naturaleza de Gastos

Grupo ABC, S.A.	
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013	
(Unidad Monetaria)	
Ingresos de actividades ordinarias	X
Otros ingresos	X
Variación en los inventarios de productos terminados y en proceso	X
Consumos de materias primas y materiales secundarios	X
Gastos por beneficios a los empleados	X
Gastos por depreciación y amortización	X
Otros gastos	<u>X</u>
Total de gastos	(X)
<u>Ganancia antes de impuestos</u>	<u><u>X</u></u>
Fuente: elaboración propia	

- Función del gasto:

También llamado costo de las ventas, como su nombre indica separa los gastos del costo de venta, este método puede proporcionar una información más relevante que la clasificación de gastos por su naturaleza, pero la distribución de los gastos por función puede resultar arbitraria, e implicar la realización de juicios subjetivos.

Ejemplo de clasificación para utilizar el método de gastos en función es el siguiente:

Formato No. 2
Estado del Resultado Integral
Función de Gastos

Grupo ABC, S.A.	
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013	
(Unidad Monetaria)	
Ingresos ordinarias	X
Costo de ventas	(X)
Ganancia bruta	<u>X</u>
Otros ingresos	X
Costos de distribución	(X)
Gastos de administración	(X)
Otros gastos	(X)
Ganancia antes de impuestos	<u>X</u>

Fuente: elaboración propia

“Una entidad que clasifique los gastos por función revelará información adicional sobre la naturaleza de ellos, donde incluirá los gastos por depreciación y amortización y el gasto por beneficios a los empleados.” (12:14)

2.3.5 Estado de Situación Financiera

Es el conjunto de datos e información presentados a modo documental final que incluye un panorama de la situación financiera de la empresa y que a menudo tiene lugar una vez al año.

El Estado de Situación Financiera está conformado por elementos relacionados directamente con la valoración de los activos, los pasivos, y el patrimonio neto.

- Activo: es un recurso controlado por la empresa como resultado de los sucesos pasados, con lo que la empresa desea tener en el futuro beneficios.
- Pasivo: son las obligaciones presentes en la entidad, surgida de sucesos pasados, para cancelar por su vencimiento de los beneficios económicos de la entidad. Por consiguiente un pasivo es un compromiso o responsabilidad de actuar de una determinada manera.
- Patrimonio Neto: es la parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos todos sus pasivos.

La información a presentar del Estado de Situación Financiera son:

- Propiedades, planta y equipo.
- Propiedades de inversión.

- Activos intangibles.
- Activos financieros.
- Inversiones contabilizadas.
- Activos biológicos.
- Inventarios.
- Otras cuentas por cobrar y deudores varios.
- Efectivo y equivalente.
- Otras cuentas por pagar y acreedores.
- Provisiones.
- Pasivos financieros.
- Pasivos y activos de impuestos corrientes.
- Impuestos diferidos.
- Participación no controladoras, presentadas dentro patrimonio.
- Capital emitido y reservas.

- Activo Corriente y No corriente:

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

- Intención de venderlo o consumirlo en su ciclo normal de operación.
- Mantener con fines de negociación.
- Se espera realizar en período de doce meses posteriores a la fecha del estado de situación financiera.
- El activo es efectivo y equivalente.

Todos los demás activos se clasifican como activos no corrientes aquí se incluyen activos tangibles, intangibles y financieros que se clasifican por su naturaleza a largo plazo.

- Pasivo Corriente y No Corriente

Un pasivo corriente se clasificará si cumple con lo siguiente:

- Cancelar la operación en su ciclo normal.
- Se mantenga fundamentalmente en negociaciones.
- Se cancelara en período de doce meses siguientes sobre el período que se informa.

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

Entre los pasivos corriente se encuentra las cuentas por pagar y otros pasivos acumulados, ya sea por costo de personal o por otros costos de operación, una entidad clasificará como pasivos corrientes aunque se vayan a liquidar después de los doce meses de la fecha del período sobre el que se informa.

Todos lo demás pasivos de clasificaran como pasivos no corrientes como por ejemplo los que registran en estos rubros:

- El plazo original del pasivo fuera de un período superior de doce meses.
- Después de la fecha del período sobre el que se informa y antes de que los estados financieros sean autorizados para su publicación se haya concluido un acuerdo de refinanciamiento o de reestructuración de los pagos a largo plazo.

Ejemplo de un Estado de Situación Financiera:

Formato 3
 Empresa A,B,C, S.A.
 Al 31 de diciembre 2013
 Estado de Situación Financiera

Activo			
Activo No Corriente			XXXX
Propiedades, Planta y Equipo	XXXX		
Deprecaciones Acumuladas	<u>(XXXX)</u>	XXXX	
Gastos Anticipados		XXXX	
Inversiones		<u>XXXX</u>	
Activo Corriente			XXXX
Cuentas por Cobrar		XXXX	
Efectivo y Equivalente		<u>XXXX</u>	
Total Activo			<u>XXXX</u>
Patrimonio			XXXX
Capital social		XXXX	
Reservas		XXXX	
Utilidad del Ejercicio		XXXX	
Utilidad Acumuladas		<u>XXXX</u>	
Pasivo			
Pasivo No Corriente			XXXX
Préstamos a largo Plazo			
Pasivo Corriente			XXXX
Proveedores		XXXX	
Acreedores		XXXX	
Otras cuentas por pagar		XXXX	
Préstamos a Corto Plazo		<u>XXXX</u>	
Suma Igual Activo			<u>XXXX</u>

Fuente: elaboración propia para preparación del Estado de Situación Financiera con base a Norma Internacional de Información Financiera No.1

2.3.6 Estado de Cambios en el Patrimonio

Es el estado que almacena información de los aumentos o disminuciones de los activos netos en dicho período y los costos, gastos relacionados en el estado del resultado y operaciones que afectan directamente al estado de cambios en el patrimonio neto, como incremento de capital, distribución de dividendos entre otros.

- Información a revelar en el Estado de Cambios en el Patrimonio:
 - El resultado integral total de período.
 - Efectos de aplicación retroactiva o la reexpresión retroactiva.
 - Conciliación de importes en libros, al inicio y al final del período:
- Resultado del período,
- Otro resultado integral,
- Mostrar por separado las contribuciones realizadas por los propietarios y las distribuciones de estos en la participación de propiedad de subsidiaras.

Ejemplo de estado de cambios en el patrimonio:

Cuadro No. 1
Empresa A,B,C, S.A.
Ejemplo de Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
Al 31 de Diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Concepto	Saldo 01/2013	Incremento	Disminución	Saldo 12/2013
Capital Social	100,000.00	20,000.00	13,000.00	107,000.00
Superávit de Capital	5,000.00			5,000.00
Reservas	15,000.00		5,000.00	10,000.00
Ganancia o Perdida	-	20,000.00	-	20,000.00

Fuente: elaboración propia con base a Norma Internacional de Información Financiera No.1

2.3.7 Estado de Flujos de Efectivo

Es una herramienta que muestra los ingresos y egresos de efectivo que tiene o tendrá una empresa en determinado período, el cual permite programar necesidades a corto plazo.

El estado de flujos de efectivo se encuentra distribuido en tres categorías:

- Actividades operativas.

- Actividades de inversión.

- Actividades de financiamiento.

- Actividades operativas:

Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la entidad.

- Actividades de inversión:

Son la adquisición, enajenación y la disposición de activos a largo plazo, así como de otras inversiones no incluidas en el efectivo y los equivalentes al efectivo.

- Actividades de financiamiento:

Son los que producen cambios en el tamaño y composición de los capitales propios y de los préstamos tomados por parte de la empresa.

Las entidades deben informar acerca de los flujos de efectivo de las operaciones usando uno de los dos siguientes métodos:

- Método directo: presenta por separado las principales categorías de cobros y pagos en términos brutos, este método suministra información que puede ser útil en la estimación de los flujos de efectivo futuros. La información de las principales categorías de cobros o pagos en términos brutos puede ser obtenida por los procedimientos siguientes:

- Registros contables de la entidad.
- Ajuste de ventas y costo de ventas, otras partidas del estado del resultado integral por:

- Los cambios habidos durante el período en los inversionistas y en las partidas por cobrar y por pagar derivadas de las actividades de operación.
- Partidas que no impactan el efectivo.
- Otras partidas cuyos efectos monetarios se consideran flujos de efectivo de inversión o financiamiento.
- Método indirecto: comienza con presentar la ganancia o pérdida en términos netos, cifras que se corrigen luego de los efectos de las transacciones monetarias, por todo tipo de partidas de pago diferido y devengado que son la causa de cobro y pagos en el pasado o en el futuro, así como las partidas de pérdidas o ganancias asociadas con flujos de efectivos de actividades clasificadas como de inversión o financiación.

2.3.8 Características de los estados financieros

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

- **Utilidad**

Corresponde a la cualidad de adecuarse al usuario, los propósitos son diferentes dependiendo del usuario.

- **Confiabilidad**

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

- Oportunidad

Se caracteriza por presentar la información en el tiempo debido para la entidad.

- Objetividad

Indica que la información es presentada con las cifras reales como lo representa el sistema contable y que no está distorsionada.

- Verificabilidad

Permite revisar la información contable posteriormente y aplicar pruebas para verificar su veracidad.

- Provisionalidad

Nos permite registrar gastos que no se han ejecutado pero es posible que en un futuro sean registrados.

2.4 Norma Internacional de Información Financiera por Segmentos de Operación No.8

“Una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus estados financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades de negocio que desarrolla y los entornos económicos en los que opera.” (14:1)

La información financiera por segmento de operación está diseñada para orientar a la administración en el enfoque y tipo de revelaciones que se deben presentar en los estados financieros, para permitir a los usuarios entender las actividades principales de la compañía, dónde se localizan dichas actividades y qué tan positivo o negativo es su desempeño.

2.4.1 Alcance

La Norma Internacional de Información Financiera No.8 Segmentos de Operación aplicará:

- Los estados financieros de una entidad:
 - Cuyo Instrumentos de deuda o de patrimonio se negocie en un mercado público.
 - Se registren o estén en proceso de registrar en una bolsa de valores nacional o extranjera sus estados financieros con el objeto de emitir un instrumento para un mercado público.
- Consolidados de estados financieros con un grupo de entidades controladoras:
 - Cuyo Instrumentos de deuda o de patrimonio se negocie en un mercado público.
 - Se registren o estén en proceso de registrar en una bolsa de valores nacional o extranjera sus estados financieros con el objeto de emitir un instrumento para un mercado público.

Cuando una entidad opte por utilizar esta Norma Internacional de Información Financiera tiene que tener o estar en proceso de registrar un instrumento en mercado público, de lo contrario no podría describir esa información como segmentos.

2.4.2 Segmentos de Operación

Es un componente de la entidad que:

- Que desarrolle actividades de negocio en las que pueda obtener ingresos de actividades ordinarias e incurrir en gastos.
- Cuyo resultado de operación sean revisados periódicamente por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, para que pueda asignar recursos al segmento y evaluar su rendimiento.
- Sobre el cual se dispone de información financiera diferenciada.

Un segmento de operación puede tener actividades de negocio de las que aún no se obtiene ingresos.

La expresión de máxima autoridad para toma de decisiones de operación, designa una función que no es obligación que sea un directivo, pero de preferencia que sea un presidente ejecutivo o un consejo administrativo, esta función consiste en la asignación de recursos a los segmentos de operación de una entidad y la evaluación de su rendimiento.

Generalmente, un segmento de operación tiene un responsable del segmento que mide 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 de segmento” identifica una función, y no necesariamente a un directivo o 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.

2.4.3 Segmentos sobre los que debe informarse

Una entidad revelará por separado información sobre cada uno de los segmentos de operación que:

- Se hayan identificado de conformidad con lo anteriormente expuesto o resulte de la agregación de dos o más de esos segmentos de acuerdo a lo señalado.
- Exceda de los umbrales cuantitativos fijados.
- Adjunto ejemplo de información de deshidratados que se debe informar:

Tabla No.2
Empresa A,B,C, S.A.
Ejemplo de identificación de segmentos

Segmentos	
1 Consomé	5 Bebidas
2 Sopas	6 Dulce en polvo
3 Frijoles	7 Especies
4 Chiles	

Fuente: elaboración propia.

2.4.4 Criterio de Agregación

Con frecuencia, los segmentos de operación con características económicas similares muestran un rendimiento financiero a largo plazo que es similares. Por ejemplo, cabría esperar márgenes brutos medios a largo plazo similares en dos segmentos de operación con características económicas similares. Puede agregarse dos o más segmentos de operación en uno solo cuando la agregación resulte coherente con el principio básico de esta NIIF y sean similares en cada uno de los siguientes aspectos:

- La naturaleza de los productos y servicios.
- La naturaleza de los procesos de producción.
- El tipo o categoría de clientes a los que se destina sus productos y servicios.
- Los métodos usados para distribuir sus productos o prestar los servicios.
- Si fuera aplicable, la naturaleza del marco normativo, por ejemplo, bancario, de seguros, o servicios públicos.

2.4.5 Umbrales cualitativos

“Una entidad informará por separado sobre cada uno de los segmentos de operación que alcance alguno de los siguientes umbrales:

- a. Ingresos por actividades ordinarias informadas, incluyendo total de ventas a clientes externos como las ventas o transferencias Inter-segmentos, son iguales o superiores al 10 por ciento de los ingresos de actividades normales.

- b. El importe absoluto de sus resultados informados es igual o superior al 10 por ciento del importe que sea mayor entre la ganancia combinada por todos los segmentos de operación que no hayan presentado pérdida y todas las pérdida combinada informada por todos los segmentos de operación que hayan presentado pérdida.

- c. Activos son iguales o superiores a 10 por ciento de los activos combinados de todos los segmentos de operación.”(14:2)

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

Una entidad podrá combinar segmentos de operación que no alcancen umbrales cuantitativos, con la referida a otros segmentos de operación que tampoco lo hagan, para formar un segmento que deba informarse, sólo si tienen características económicas similares.

Si el total de los ingresos externos de las actividades ordinarias informados por los segmentos de operación es inferior al 75% de los ingresos de las actividades ordinarias de la entidad, se identificarán segmentos de operación adicionales sobre los que deba informarse, hasta que no menos del 75% de los ingresos de las actividades ordinarias de la entidad provenga de segmentos sobre los que deba informarse.

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

partidas. Deberán describirse las fuentes de los ingresos de las actividades ordinarias incluidos en la categoría “restos de segmentos”.

- Ejemplo de la determinación de un segmento según umbral cuantitativo, por medio de ingresos de actividades ordinarias para informar (Ventas):

Cuadro No.2
 Empresa A,B,C, S.A.
 Ejemplo de Umbral Cuantitativo
 Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
 Cifras expresadas en Quetzal

Segmentos de Negocio			%	Informar
1	Consomé	Q 878,000.00	49%	Si
2	Sopas	Q 99,000.00	5%	No
3	Frijoles	Q 58,000.00	3%	No
4	Chiles	Q 247,000.00	14%	Si
5	Bebidas	Q 146,000.00	8%	No
6	Dulce en polvo	Q 125,000.00	7%	No
7	Especies	Q 250,000.00	14%	Si
		Q 1,803,000.00		

Fuente: elaboración propia

Como pueden observar en el cuadro anterior los segmentos consomé, chiles, especies, cumplen con lo requerido por la Norma Internacional de Información Financiera No. 8, sobre pasan el 10 % de ingresos, lo mismo sucede para la rentabilidad con un 10 % en el importe absoluto.

- Resumen de Umbral Cuantitativo (Ventas)

Cuadro No.3
 Empresa A,B,C, S.A.
 Ejemplo de Umbral Cuantitativo
 Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
 Cifras expresadas en Quetzal

Segmentos Negocio			%	Informar
1	Consumé	Q 815,000.00	45%	Si
4	Chiles	Q 247,000.00	14%	Si
7	Especies	Q 250,000.00	14%	Si
Total ingresos		Q 1,312,000.00	73%	

Fuente: elaboración propia

Los segmentos son inferiores al 75% como indica la Norma Internacional de Información Financiera No.8 umbral cuantitativo.

Cuadro No.4
 Empresa A,B,C, S.A.
 Ejemplo de Umbral Cuantitativo
 Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
 Cifras expresadas en Quetzal

Segmentos Negocio			%	Informar
1	Consumé	Q 815,000.00	45%	Si
4	Chiles	Q 247,000.00	14%	Si
7	Especies	Q 250,000.00	14%	Si
6	Dulce en polvo	Q 125,000.00	7%	No
Total Ingresos		Q 1,437,000.00	80%	
Resto de segmentos		Q 366,000.00	20%	
Ingresos Total		Q 1,803,000.00	100%	

Fuente: elaboración propia.

En este caso se cambia el valor de consumé para cuestiones de ilustración, como se observa se agregó dulce en polvo aunque no alcance el 10% de ingresos pero es necesario que sume el 75% o más de los ingresos totales que se van a informar.

2.4.6 Información a revelar

“Una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus estados financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades de negocio que desarrolla y los entornos económicos en las que opera.” (14:5)

La Norma Internacional de Información Financiera número ocho indica que la entidad revelara la siguiente información para la presentación del Estado del Resultado Integral:

- “Información general.
- Información sobre el resultado de los segmentos que se presenta, incluir los ingresos de las actividades ordinarios y los gastos específicos incluidos en dicho resultado, los activos de los segmentos, los pasivos de ellos y la base de medición.
- Las conciliaciones entre los totales de los ingresos de las actividades ordinarias de los segmentos, de sus resultados informados, de sus activos, de sus pasivos y de otras significativas de ellos, con los importes correspondientes de la entidad.” (14:5)

2.4.7 Información general

La información general de la entidad que revelará será la siguiente:

- “Los factores que han servido para identificar los segmentos sobre los que debe informarse, pero incluir la base de la organización (ejemplo, si la dirección ha optado por organizar según las diferencias entre productos y servicios, por zonas geográficas, por marcos normativos o con arreglo a una combinación de factores, y si se han agregado varios segmentos de operación).
- Tipos de productos y servicios de los que cada segmento sobre el que se debe informar obtiene sus ingresos de las actividades ordinarias.” (14:5)

2.4.8 Información sobre resultados, activos y pasivos

La empresa informará de las medidas de cada segmento del resultado para que la máxima autoridad pueda verificar y tomar las decisiones oportunas.

“Una entidad revelará, asimismo, la siguiente información acerca de cada segmento sobre el que deba informar, cuando los importes especificados estén incluidos en la medida del resultado de los segmentos que examina la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación, o cuando se le faciliten de otra forma con regularidad, 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 de actividades ordinarias por intereses;
- d. Los gastos por intereses;
- e. La depreciación y amortización;
- f. Las partidas significativas de ingresos y gastos reveladas;
- g. La participación de la entidad en el resultado de asociadas y de negocios conjunto contabilizados según el método de la participación;
- h. Los gastos o el ingreso por el impuesto sobre las ganancias;
- i. Las partidas significativas no monetarias distintas de las depreciación y amortización.”(14:6)

2.4.9 Medición

“El importe de cada partida presentada por los segmentos se corresponderá con la medida informada a la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación con el objeto de decidir sobre la asignación de recursos al segmento y evaluar su rendimiento. Si se asignasen importes a los resultados, activos o pasivos presentados por los segmentos, deberá hacérselo con un criterio razonable de reparto.

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

- Los criterios de contabilización de cualquier transacción entre los segmentos sobre los que deba informar.
- La naturaleza de cualquier diferencia entre las mediciones de los resultados de los segmentos sobre los que deba informar y los resultados de la entidad

antes de tener en cuenta el gasto o ingreso por el impuesto sobre las ganancias y las operaciones discontinuadas.

- La naturaleza de cualquier diferencia entre las mediciones de los activos de los segmentos sobre los que deba informar.
- La naturaleza de cualquier diferencia entre las mediciones de los pasivos de los segmentos sobre los que deba informar y los pasivos de la entidad.
- La naturaleza de cualquier cambio con respecto a períodos anteriores en los métodos de medición empleados para determinar el resultado presentados por los segmentos y en su caso, el efecto de tales cambios en la medida de los resultados de los segmentos.
- La naturaleza y el efecto de cualquier asignación asimétricas a los segmentos sobre los que deba informar. Por ejemplo, una entidad podría asignar gastos por depreciación a un segmento sin asignarle la correspondientes activos depreciables.”(14:7)

2.4.10 Conciliaciones

La Norma Internacional de Información Financiera número ocho facilitará las siguientes conciliaciones:

- “El total de los ingresos de las actividades ordinarias de los segmentos sobre los que deba informar con los ingresos de las actividades ordinarias de la entidad.

- El total de la medida de los resultados de los segmentos sobre los que deba informar con los resultados de la entidad, antes de tener en cuenta los gastos o ingresos por el impuesto y las operaciones discontinuadas.
- El total de los activos de los segmentos sobre los que deba informar con los activos de la entidad.
- El total de los pasivos de los segmentos sobre los que deba informar con los pasivos de la entidad.
- El total de los importes de cualquier otra partida significativa presentada por los segmentos sobre los que deba informar con el correspondiente importe para la entidad.”(14:8)

2.4.11 Información a revelar sobre la entidad en su conjunto

“Los segmentos sobre los que deba informar una entidad presenten los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de una amplia gama de productos y servicios muy distintos o que varios de tales segmentos ofrezcan esencialmente los mismo productos y servicios. De formar similar, puede ocurrir que los segmentos sobre los que deba informar una entidad tengan activos o distintas áreas geográficas y presenten ingresos de la actividades ordinarias procedentes de clientes de distintas áreas geográficas o que varios de tales segmentos operen en la misma área geográfica.”(14:9)

2.4.12 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.”(14:9)

2.4.13 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:

- Los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos:
 - Atribuidos al país de domicilio de la entidad.
 - 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.
- Los activos no corrientes que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos correspondientes a beneficios post-empleo y derechos derivados de contratos de seguros:

- Localizados en el país de domicilio de la entidad.
- Localizados en total, en todos los países extranjeros donde la entidad tenga activos. Cuando los activos de un país extranjero en particular sean significativas, se los revelará por separado.”(14:9)

2.4.14 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 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.”(14:10)

2.5 Análisis de Norma Internacional de Información Financiera por Segmento de Operación

La norma está diseñada para orientar a la administración para el análisis y tipo de revelaciones que se deben presentar en los estados financieros, para permitir a los usuarios entender las actividades principales de la entidad y qué tan positivo o negativo es su desempeño.

El análisis de la norma es poder detallar los ingresos, costos, gastos de ventas y administración para conocer el resultado de los segmentos.

2.5.1 Análisis de segmentos del negocio

Permite analizar los productos en forma muy detallada, conocer que productos ofrecen mayor margen de utilidad bruta y cuáles son los que tienen margen menor, adicionalmente hay gastos que son relacionados directamente a ventas como por ejemplo muestras, degustaciones, promociones que se deben de distribuir en una forma muy justa según políticas adoptadas por la administración de la empresa y poder revelar un resultado positivo o negativo por cada uno de los segmentos de negocio.

Los otros gastos generales como los gastos de ventas y administrativos al igual deben ser distribuidos en base políticas adoptadas por la administración de la empresa.

Adjunto ejemplo de segmentos de negocio con base a Norma Internacional de Información Financiera No.8:

Cuadro No.5
Empresa A,B,C, S.A.
Estado del Resultado Integral
Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Conceptos	Des 1	%	Des 2	%	Des 3	%	Des 4	%	Total	%
Ingreso	433	100%	569	100%	456	100%	345	100%	1,803	100%
Costo	286	66%	403	71%	326	71%	224	65%	1,238	69%
Util. Bruta	147		166		130		121		565	
GtosVta	50	12%	40	7%	36	8%	18	5%	144	8%
GtosAdmon	35	8%	16	3%	31	7%	9	3%	91	5%
Util. oPérd.	62	14%	110	19%	63	14%	94	27%	330	18%

Fuente: elaboración propia con base a Norma Internacional Información Financiera No.8

En este ejemplo se puede identificar que el deshidrato 4 es el producto más rentable, seguido del producto deshidrato 2 debido a que el gastos de operación es más bajo, el deshidratado 4 tiene pocos gastos administrativos por consiguiente los convierte en productos líder de la empresa, mientras que el deshidratado 1 es el que tiene gastos de venta más alto y por consiguiente su margen bruto es más bajo.

El análisis de segmentos de negocios da el rendimiento individual, los cuales se encuentra incluido por varios factores como por ejemplo distribución de la publicidad a productos que necesitan impulso y a los productos lideres un seguimiento del mismo para seguir manteniendo como tal en el mercado.

2.5.2 Análisis de segmentos geográfico

El análisis de segmentos geográficos es importante cuando se analiza el Estado de Resultados Integral ya que nos muestra la contribución de cada región en el margen bruto de ventas, se puede observar ciertas áreas donde la aceptación de los productos es muy buena o viceversa. Los gastos de administración, ventas, al igual que los gastos de distribución, deben ser tratados bajo una base justa de reparto según las políticas adoptadas por la administración de la empresa.

Adjunto un ejemplo de segmentos geográfico con base a Norma Internacional de Información Financiera No.8

Cuadro No.6
 Empresa A,B,C, S.A.
 Estado del Resultado Integral
 Del 01 enero al 31 de diciembre 2013
 (Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Central	%	Oriente	%	Sur	%	Norte	%	Total	%
Ingresos	513	100%	422	100%	465	100%	403	100%	1,803	100%
Desh.1	123	100%	80	100%	98	100%	133	100%	434	100%
Desh.2	200	100%	124	100%	100	100%	145	100%	569	100%
Desh.3	80	100%	138	100%	178	100%	60	100%	456	100%
Desh.4	110	100%	80	100%	89	100%	65	100%	344	100%
Costo	359	70%	282	67%	316	68%	282	70%	1,238	69%
Desh.1	84	68%	42	53%	65	67%	89	67%	280	65%
Desh.2	141	71%	95	77%	75	75%	104	72%	415	73%
Desh.3	60	75%	91	66%	116	65%	44	73%	312	68%
Desh.4	74	68%	54	67%	59	66%	44	68%	231	67%
Util.Bruta	154	30%	140	33%	149	32%	121	30%	565	31%
Gastos										
Ventas	70	14%	25	6%	30	6%	19	5%	144	8%
Gastos										
Admon	50	10%	10	2%	25	5%	6	1%	91	5%
Utilidad	34	7%	105	25%	94	20%	97	24%	330	18%

Fuente: elaboración propia con base a Norma Internacional de Información Financiera No.8

En el cuadro anterior el deshidratado 2 se vende más en el área central, mientras que el deshidratado 1 se vende más en el área norte, el deshidratado 3 en el área sur y el deshidratado 4 en el área central, esto significa que no todos los productos tienen la misma aceptación en el mercado.

Las ventas van de la mano con el costo de venta, porque entre mayor cantidad vendamos el costo de venta será mayor, por consiguiente contribuye un porcentaje mayor de utilidad para la entidad. La información por segmento geográfico se determina que el área central y sur son los sitios de mejor aceptación de los productos, se convierte en dos regiones de mayor ingresos para la entidad, por tal razón son la región que más contribuye el resultado.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA

3.1 Generalidades

El análisis de la información financiera representa una parte esencial para la toma de decisiones de una entidad, por todos los datos recabados y transformados para ser revelados y analizados minuciosamente de los estados financieros.

“El análisis de ciertos rubros de los datos financieros identifica las áreas donde la empresa sobresale, y además las áreas de oportunidad para el mejoramiento”.
(10:40)

Las empresas reúnen datos sobre sus operaciones y reporta esta información en los estados financieros para las partes interesadas. Se puede utilizar los estados financieros para que se realice comparaciones entre empresas y a través del tiempo, pero cabe señalar que no toda la información se puede revelar a través de ellos, se necesitan herramientas adicionales para profundizar, como lo son indicadores específicos del estado financiero.

También algunas herramientas como matemática financiera, presupuesto, apalancamiento, y evaluación de algunos proyectos, permiten conformar, junto con lo anterior, un marco de análisis adecuado.

3.2 Métodos de análisis de información financiera

Los métodos de análisis financieros se consideran como los procedimientos que se utilizan para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo período y los cambios presentados en varios ejercicios contables. El método es un auxiliar, para las cuales descansa la corrección y profundidad de la interpretación de las cifras, por tal razón existen análisis que sirven para ver los valores de los estados financieros de una forma más amplia, por lo cual es recomendable combinar algunas de las mismas para mejor interpretación y análisis.

Por tal razón “Para opinar adecuadamente sobre la situación financiera y la productividad de un negocio, no es suficiente analizar los datos internos, es necesario complementar el análisis mediante el conocimiento del entorno donde se desenvuelve la empresa, como las condiciones de mano de obra, vías de comunicación, condiciones políticas tributarias, que definitivamente tiene gran influencia en la empresa.” (17:252)

3.2.1 Análisis mediante indicadores financieros

“Desde pequeños hemos aprendido a utilizar porcentajes. Y en finanzas vale la pena seguirlos usando, porque el primer análisis financiero pueden ser los porcentajes”. (15:27)

Normalmente cuando se trata de analizar a primera vista el Estado de Situación Financiera y el Estado del Resultado Integral son los porcentajes aplicados en ellas para una comprensión rápida del estatus de la empresa. El Estado de Situación Financiera es fácil de calcular porcentajes, para saber el significado de

cada una de las cuentas con relación al activo total, conocer rápidamente algo que sea de relevancia, el estado del resultado integral es más sencillo que el anterior, derivado a que el porcentaje que significa cada cuenta en relación con las ventas netas.

El análisis por indicadores financieros tiene dos clasificaciones: Análisis vertical y horizontal.

3.2.2 Análisis vertical

Es también conocido como el análisis simple, examina los estados financieros con relación a él mismo, además comparar porcentualmente con los demás años o períodos.

“El análisis vertical sirve para comenzar el análisis financiero, ya que se centra en aquellas cuentas que han tenido un comportamiento extraño, raro, exótico, diferente”. (15:28)

El análisis vertical pretende conocer la estructura interna de la entidad e indica el monto relativo de cada cuenta del Estado de Situación Financiera y Estado del Resultado Integral para ver rápidamente algo que llame la atención.

3.2.3 Análisis vertical por cientos integrales

Se utiliza para medir la participación que tiene cada componente del estado financiero dentro del mismo al que pertenece, como por ejemplo el total es el cien por ciento y cada componente representa un porcentaje del mismo.

“Los estados financieros, su análisis e interpretación se dificulta en cuanto a las cifras que se muestran en miles, simplificándose notablemente el análisis e interpretación si se leen los porcentajes. Este método de análisis debe aplicarse cuando se desee conocer la magnitud relativa de cada una de las cifras que se muestren en los estados financieros.” (17:289)

Ejemplo de un análisis vertical por cientos integrales para mejor comprensión:

Cuadro No.7
 Empresa A,B,C, S.A.
 Estado del Resultado Integral
 Al 31 de Diciembre 2013
 (Cifras Expresadas en Quetzales)

		% S/Venta Neta
Ventas Brutas	790,023,803.80	110%
Devoluciones	30,598,098.00	4%
Descuentos sobre Ventas	41,222,247.80	6%
Ventas Netas	718,203,458.00	100%
Costo de Venta	399,344,553.00	56%
Utilidad Bruta	318,858,905.00	44%
Gastos de Operación	279,812,321.00	39%
Gastos de Administración	124,022,667.00	17%
Gastos de Venta	155,789,654.00	22%
Utilidad de Operación	39,046,584.00	5%
Ingresos Financieros, Neto	412,294.00	0%
Otros Gastos	567,973.00	0%
Otros Ingresos	155,679.00	0%
Utilidad Antes del Impuesto	38,634,290.00	5%

Fuente: elaboración propia.

3.2.4 Análisis horizontal

Es otro análisis financiero que proporciona también porcentajes en forma más dinámica, ya que puede detectar cambios en las diferentes cuentas a través del tiempo, considerando las tendencias de las cuentas en términos cuantitativos, “el

análisis horizontal también nos proporciona información útil para un primer análisis financiero”. (15:28)

Formula % Horizontal relativa = Año actual / año anterior – 1

Esta fórmula se utiliza para poder comparar entre años y poder tener así los % de crecimiento o contrario respecto al año anterior.

Ejemplo de aplicación de análisis horizontales entre años:

Cuadro No.8
Estado de Resultado Integral
Empresa A,B,C, S.A.
Análisis horizontal
(Cifras expresadas en Quetzales)

Conceptos	Año 2013	Año 2012	Variación	% Relativa
Ventas Brutas	790,023.80	725,000.00	65,023.80	9%
Devoluciones	30,598.10	28,769.00	1,829.10	6%
Descuentos sobre Ventas	41,222.25	32,786.65	8,435.60	26%
Ventas Netas	718,203.46	663,444.35	54,759.11	8%
Costo de Venta	399,344.55	359,410.10	39,934.46	11%
Utilidad Bruta	318,858.91	304,034.25	14,824.65	5%
Gastos de Operación	279,812.32	287,420.38	(7,608.06)	-3%
Gastos de Administración	124,022.67	121,620.40	2,402.27	2%
Gastos de Venta	155,789.65	165,799.98	(10,010.33)	-6%
Utilidad de Operación	39,046.58	16,613.87	22,432.71	135%
Ingresos Financieros, Neto	412.29	5,748.11	6,160.82	-107%
Otros Gastos	567.97	2,346.00	(1,778.03)	-76%
Otros Ingresos	155.68	8,094.11	(7,938.43)	-98%
Utilidad Antes del Impuesto	38,634.29	22,361.98	16,272.31	73%

Fuente: elaboración propia

3.3 Razones financieras

Las razones son para simplificar, explorar e interpretar el uso de las cifras de los estados financieros y que se pueda supervisar el rendimiento de la empresa, por tal razón es necesario tener herramientas como estas para tomar decisiones más certeras y poder comprender mejor que tan positivo o negativo son los resultados de la entidad.

“El análisis de razones incluye métodos de cálculos e interpretación de las razones financieras para analizar y supervisar el rendimiento, liquidez, solvencias, apalancamiento y uso de activos de la empresa”. (10:48)

3.3.1 Precauciones para el uso del análisis de razones

Antes del análisis y que se realice el uso de razones es necesario tener en cuenta las siguientes precauciones:

- Las razones indican síntomas de posibles problemas, el punto central sería que el análisis de razones dirige la atención a posibles áreas de interés, no nos da una especificación directa del problema.
- Solo una razón no proporciona suficiente información para evaluar el rendimiento de la empresa, solo cuando se utilizan un conjunto de razones financiera es posible hacer evaluaciones razonables.
- Las razones que se comparan, deben calcularse de la misma fecha de los estados financieros, para tener efectos de estacionalidad y para no tener resultados erróneos.

- Preferiblemente usar razones financieras con estados financieros auditados.
- Uso de tratamiento contable diferente, como los inventarios y las depreciaciones, pueden no dar los resultados de las comparaciones de razones.
- La inflación puede tener resultados no deseados, que los valores en libros de los inventarios y las depreciaciones entre años difieran considerablemente de sus valores verdaderos.

Es importante señalar que al usar las razones, se debe tener cuidado al comparar una empresa más antigua con otras más recientes o una consigo misma durante un largo período de tiempo, para que las razones financieras puede tener un parámetro de importancia relativa y tener resultados deseados, para la toma de decisiones oportuna de la entidad.

3.3.2 Categoría de las razones financieras

Las razones financieras se clasifican en cinco categorías básicas:

- Razones de liquidez;
- Razones de actividad;
- Razones de deuda;
- Razones de rentabilidad;
- Razones de mercado;

Para que se realicen estos tipos de razones es necesario el Estado del Resultado Integral y Estado de Situación Financiera para ejecutar el análisis respectivo y poder determinar los valores para análisis.

- Razones de liquidez:

Miden la habilidad de la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento, en pocas palabras se refiere a la facilidad con que la empresa puede pagar sus deudas, las dos medidas básicas de liquidez son la liquidez corriente y la razón rápida (prueba ácida).

- Liquidez corriente: Esta razón es la capacidad que tiene la empresa para cumplir a corto plazo con sus obligaciones con lo que tiene en sus activos corrientes.

Liquidez corriente = $\text{Activos corrientes} / \text{Pasivos corrientes}$

Cuanto mayor es la liquidez corriente, más líquida es la empresa, una empresa que tiene una liquidez corriente de 1.0 se considera aceptable, aunque la aceptación depende del tipo de empresa, ya que si es manufacturera sería inaceptable.

- Razón rápida: también se le conoce como prueba ácida, es muy similar a la liquidez corriente con la particularidad que ésta excluye el inventario, que es un activo corriente menos líquido comúnmente, porque por lo general toma tiempo considerable para convertirlo efectivo.

Prueba ácida = $(\text{Activos corriente} - \text{inventarios}) / \text{Pasivos corrientes}$

La razón rápida proporciona una mejor medida de liquidez general, sólo cuando el inventario de una empresa no puede convertirse

fácilmente en efectivo, por tal razón al igual que la liquidez es aceptable mayor a 1.0 o más.

- Razón de actividad

Esta razón mide la velocidad con que las cuentas se convierten en ventas o efectivos es decir, entradas o salidas.

- Razones de cuentas por cobrar: esta razón tiene diferentes tipos entre los que se puede mencionar:
- Rotación de cuentas por cobrar: es el número de veces que la cuenta por cobrar se cobra durante el año.

$(\text{Saldo inicial de CXC} + \text{saldo final de CXC}) / 2 = \text{Promedio de CXC}$

$\text{Ventas netas al crédito} / \text{Promedio de CXC} = \text{Rotación de CXC}$

Entre más alta sea la rotación de cuentas por cobrar, será mejor porque esto significa que están cobrando más rápidamente a los clientes.

- Períodos de cobro: es el número de días que permanecen las ventas en las cuentas por cobrar. Si pasan mucho tiempo en cuentas por cobrar es un peligro derivado a que puede caer a una cuenta incobrable.

$(360 \text{ ó } 365) / \text{Rotación de cuentas por cobrar}$

El resultado de esta razón si da más de 60 días, revela que la empresa tiene problemas de cobrabilidad y por consiguiente la entidad llega a tener problemas de liquidez.

- Rotación de inventarios: esta razón, es la medición de la actividad o liquidez de los inventarios de una empresa. Se calcula de la siguiente manera:

Promedio inventario: $(\text{saldo inicial inventario} + \text{saldo final inventario}) / 2$

Rotación de inventarios: $\text{costo de los bienes vendidos} / \text{promedio inventario}$

Un parámetro aceptable sería de 7 veces o más, la disminución en el inventario indica la acumulación de mercaderías, esto puede ser por un problema que podría existir en el inventario de lento movimiento o por tener muchos productos obsoletos.

- Período promedio de pago: revela cuantos días se pagan las obligaciones de la empresa a corto plazo, en pocas palabras es el tiempo promedio que se requiere para pagar las cuentas.

Período promedio pago = $\text{CXP} / (\text{compras}/365)$

El parámetro debe ser de 60 o más días, se puede hacer una planeación más adecuada para los pagos, porque este índice proporciona información sobre los patrones de pago de las deudas de la empresa.

- Rotación de los activos totales: Indica la eficiencia que la empresa tiene con sus activos para generar ventas.

Rotación de activos totales: $\text{ventas} / \text{total de activos}$

“Cuando mayor sea el costo de los activos recientes, mayor será el denominador y por lo tanto menor será el índice. Por consiguiente, debido a la inflación y al uso de costos históricos, las empresas con activos más recientes tendrán rotaciones más bajas que las empresas con activos más antiguos”. (10:55)

Cuanto mayor es la rotación de los activos totales de una empresa, mayor es la eficiencia con la que se han usado sus activos.

- Razón de endeudamiento:

Este razón mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa, entre mayor es el índice mayor es el valor de dinero otras personas que se emplea para generar ganancias.

Razón de endeudamiento: $\text{Total de pasivos} / \text{total de activos}$.

Entre más alta es la razón de endeudamiento, mayor es el apalancamiento, el 40% se considera aceptable, o sea que cada 100 quetzales que la empresa tiene en sus activos, se adeudan 40 quetzales.

- Razón de rentabilidad:

Es la capacidad de la empresa de obtener ganancias satisfactorias, permiten a los analistas a revelar las utilidades de la empresa con respecto a las ventas, así como también medir el valor de los gastos de operación con relación a la venta.

Sin ganancias no existieran las empresas, los administradores y analistas prestan mucha atención a las utilidades o pérdidas del estado del resultado, debido a la gran importancia del mercado para generar las mismas.

- Margen de utilidad bruta: mide el porcentaje de cada valor de venta que queda después de pago de sus bienes de la empresa, en otras palabras sirve para determinar el resultado de las empresas por cada quetzal vendido.

Margen de utilidad bruta: $\text{utilidad bruta} / \text{ventas}$

Un parámetro estándar es de 40% o 50% lo que significa que por cada quetzal vendido se obtendrá una ganancias de 0.40 o 0.50 centavos.

- Margen de utilidad neta: mide el porcentaje de cada quetzal vendido descontando los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones, entre mayor es la utilidad neta mejor es la para la empresa.

Margen utilidad neta: $\text{ganancias neta} / \text{ventas}$

Entre mayor margen de utilidad se obtenga mayor son las ventas para el empresa, indicado un buen éxito de la misma con respecto al resultado obtenidas de las ventas.

- Razón de mercado

“Las razones de mercado relacionan el valor del mercado de la empresa, medido por el precio de mercado de sus acciones, con ciertos valores contables, estas razones dan una explicación muy clara sobre qué tan bien se desempeña la empresa en cuanto al riesgo y retorno” (10:63)

CAPÍTULO IV

INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DULCES Y SALADOS DESHIDRATADOS (CASO PRÁCTICO)

4.1 Enunciado:

A continuación se presentan los datos correspondientes a la Empresa “Distribuidora de Producto Alimenticios S.A. (Proalisa, S.A.)” constituida bajo las Leyes de la República de Guatemala, dedicándose a la compra y venta de alimentos dulces y salados deshidratados, los datos están comprendidos 01 de enero al 31 de diciembre 2013.

- **Misión:** distribuimos alimentos y bebidas de alta calidad y fácil preparación para satisfacer a los consumidores.
- **Visión:** ser la empresa distribuidora más reconocida y exitosa de la región y mercados adyacentes, con innovación, calidad y flexibilidad, siendo líderes en donde participemos logrando que todos consuman nuestras marcas.
- **Objetivos General:** lograr que todos nuestros productos estén en la mayor cantidad de lugares posibles, de esa forma entrar a nuevas regiones, obteniendo mayor rentabilidades
- **Metas y objetivos específicos:**
 - Realizar investigaciones de mercado enfocadas a las regiones donde se quiere entrar.

- Implementar estrategias que se adecuen al lugar a donde se dirigen nuestros productos.
- Capacitar al personal ya existente para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.
- **Valores:**
 - Disciplina: manejamos la honestidad al momento de brindar productos de calidad en si como un hecho y no solo palabras.
 - Lealtad: ofrecer productos de calidad para que nuestros clientes sean fieles a nuestra empresa.
 - Calidad: hacer que nuestros consumidores queden satisfechos con nuestros productos.

La distribuidora fue adquirida por una empresa transnacional y su entorno económico es diferente a esta entidad, La empresa fue constituida el 21 de Julio del año 2000 en la ciudad de Guatemala, bajo la figura de Sociedad Anónima. Dicha empresa forma parte de un grupo corporativo, cuya casa matriz está ubicada en la ciudad de Panamá, la cual cotiza sus acciones en la bolsa de Wall Street en Estados Unidos de Norte América por tal motivo necesita la apertura de su Estado del Resultado Integral por medio de la Norma Internacional de Información Financiera No.8 segmentos de operación, el Consejo Administrativo de la empresa solicita al Contador Público y Auditor, como consultor financiero, el análisis de los estados financieros de la empresa, los cuales en la actualidad son presentados bajo Normas Internacionales de Información Financiera. Lo que se desea es saber la realidad del Estado de Resultados Integral por

segmentos de operación y así, tener un informe claro que le permita tomar decisiones acertadas en cuanto al rumbo que debe seguir, le pone a disposición del profesional toda la información que requiere para el desarrollo del trabajo.

La empresa cuenta con una línea de diecisiete productos, integrados por consomé de res, camarón, pollo, sopas con fideos, bebidas de diferentes sabores, lácteos, condimentos de diferentes tipos.

Se analizará por razones de rentabilidad del Estado del Resultado Integral y presentado de acuerdo a Norma Internacional de Información Financiera número ocho “Segmentos de Operación”.

Para el análisis de segmentos de operación de la empresa distribuidora de alimentos deshidratados “Productos Alimenticios, S.A.” se presentan los segmentos de negocio por familias de productos y los segmentos geográficos se presentarán por zonas, los cuales se integran así:

Segmentos de Negocio:

- Consomé.
- Especies.
- Bebidas.
- Lácteos.
- Frijoles.
- Sopas.
- Confitería

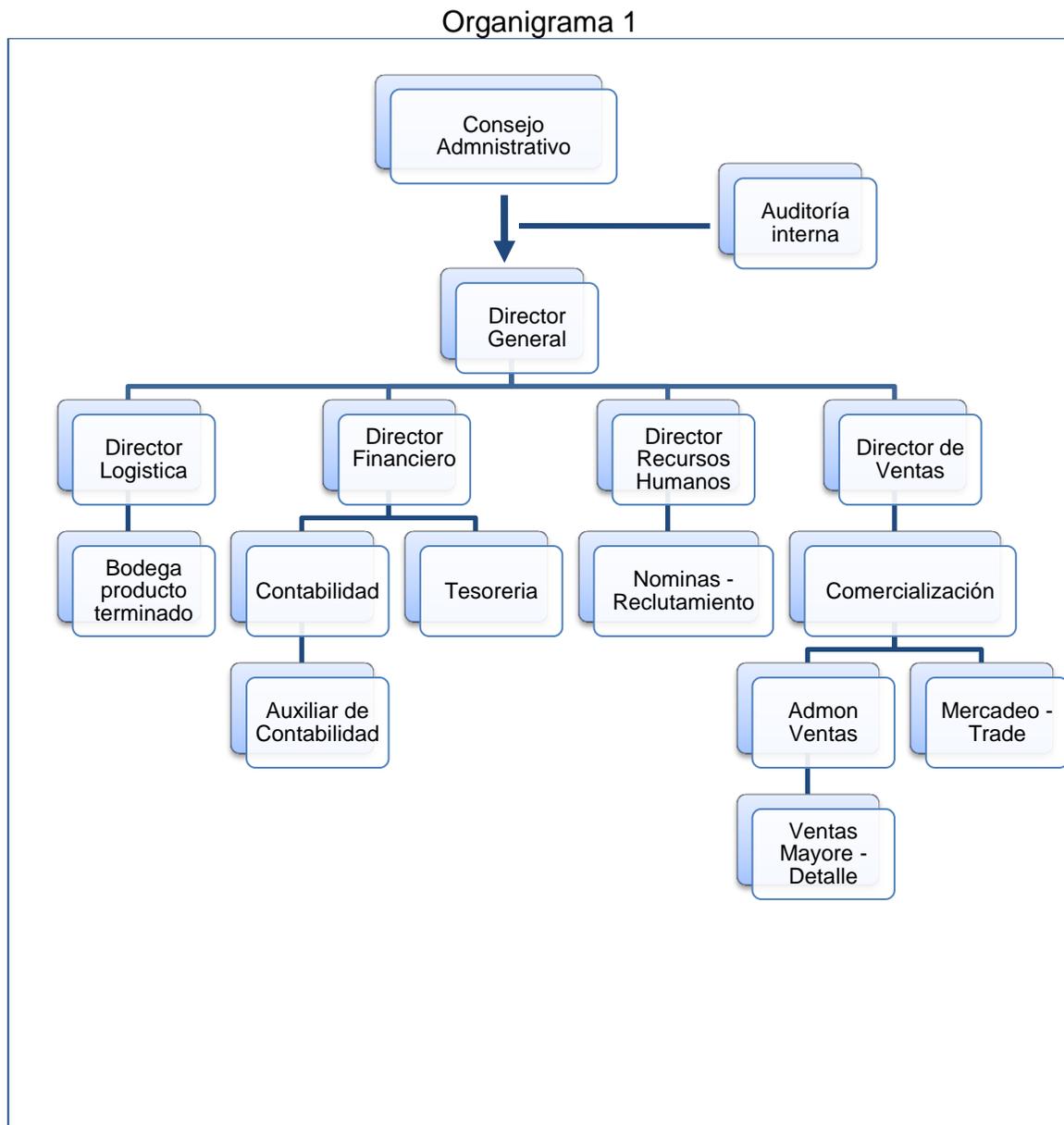
Segmento Geográfico:

- Central.

- Norte.
- Sur.
- Oriente.
- Occidente.

Se proporcionando un organigrama de la estructura de la compañía y el Estado del Resultado Integral con Norma Internacional de Información Financiera para su apertura por los segmentos de negocio y geográfico, así como también es necesario realizar razones de rentabilidad para la toma de decisiones de la entidad.

4.2 Organigrama 1 de la empresa Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A.



Fuente: elaboración propia.

4.3 Carta de solicitud de consultoría

Guatemala 05 de enero 2014

Señor:
Luis Felipe Barrera
Auditoría Interna

Estimado Señor Luis Felipe Barrera:

Por medio de la presente se solicita su amplio conocimiento en Normas y leyes con carácter financiero, como consultor o asesor para el desarrollo “INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN No.8”, para la apertura del Estado del Resultado Integral, para ser aplicado dentro de la empresa.

Con todo gusto se atenderá a los requerimientos para poder cumplir con lo que se solicita, como inicio se presenta el Estado del Resultado Integral al cierre del año 2013.

Esperando que notifique las fechas respectivas y los nombres de las personas a que asignará dicha tarea.

Saludos,



Consejo Administrativo
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.

4.4 Alcance del trabajo de la auditoría interna como consultor

I. Identificación y alcance del trabajo

De acuerdo a la información proporcionada, el trabajo a realizar consistirá en la consultoría del Estado del Resultado Integral por Norma Internacional de Información Financiera por segmentos de operación, por el año que finalizó el 31 de diciembre del año 2013.

II. Desarrollo de trabajo y equipo responsable

Planificación

El objetivo que se persigue con la consultoría del Estado del Resultado Integral por segmentos de operación, es tener el resultado por segmentos de operación de negocio y geográfico para cotización en bolsa y poder conocer la rentabilidad.

Evaluación de control interno

Como parte de nuestra nuestro se realizará la evaluación de control interno de la empresa, mediante visitas preliminares, platicas con funcionarios, cuestionarios, entrevistas y demás instrumentos que dictan las Normas Internacionales de Información Financiera.

La evolución nos permitirá determinar el tipo de pruebas a realizar. Alcance, cobertura y oportunidad de las mismas, con la finalidad de tener la certeza del Estado del Resultado Integral.

Alcance y metodología de la Auditoría como consultor

Se desarrollaran las siguientes actividades para alcanzar nuestros objetivos

1. Requerimiento de ventas y facturas contables.
2. Requerimiento de costo relacionado con las ventas.
3. Reporte de gastos administrativos, ventas,

4. Reporte de otros gastos, ingresos.
5. Revisión de utilidad o pérdida por segmentos de operación

III. Información a Presentar

El contenido del informe de resultados obtenidos como consultor se resume en lo siguiente:

1. Informe de resultados obtenidos
2. Estado del Resultado Integral por segmentos negocio y geográfico.
3. Razones de rentabilidad general Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
4. Razones de rentabilidad por negocio y geográfico.
5. Rentabilidad por segmentos de negocio y geográfico.
6. Estrategias.
7. Conclusiones.

IV. Personal a Cargo

El personal a cargo de estas actividades será:

No.	Nombre	Clasificación	Horas
1	Kevyn Humberto Palencia	Auditor	20
1	Manuel Antonio Sandoval	Asistente	85
1	Oscar Armando González	Auxiliar	85
	Total		190

El tiempo asignado para la aplicación de la Norma Internacional de Información Financiera No. 8 Segmentos de operación es del 15 de febrero al 19 de marzo del año 2014.

V. Cronograma de actividades

No.	Actividad	Horas estimadas	Febrero							Marzo								
1	Evaluación de Ventas y facturas contables	8																
3	Evaluación de gastos administrativos y ventas	6																
4	Evaluación Razones de rentabilidad de la empresa	5																
5	Identificación de segmentos negocio	6																
6	Identificación de segmentos geográfico	6																
7	Distribución de costos y gastos	5																
8	Identificación de umbrales cuantitativos	4																
9	Identificación de segmentos a informar	4																
10	Estado del resultado por negocio	8																
11	Estado del resultado por segmento geográfico	8																
12	Evaluación razones de rentabilidad negocio	5																
13	Evaluación razones de rentabilidad geográfico	5																
14	Análisis de los Segmentos de negocio y geográfico	8																
15	Informe de resultados obtenidos	7																
	Total	85																

Fuente: elaboración propia

P.T	B	
Elaborado	MS	15/02/2014
Revisado	KP	15/02/2014

4.5 Programa de consultoría de la auditoría interna

Consiste en determinar los objetivos y procedimientos para llevar a cabo elaboración de la consultoría.

I. Objetivo de la auditoría interna como consultor

Consiste en varios aspectos importantes para la elaboración del análisis del Estado del Resultado Integral:

1. Comprobar la razonabilidad.
2. Comprobar su consistencia.
3. Verificar que los saldos estén correctamente.
4. Que sean de la empresa
5. Que este en constante revisión y control.

II. Procedimientos de la auditoría interna como consultor

Dentro de los procedimientos establecidos para poder implementar información financiera por segmentos de operación están las siguientes actividades:

- | | |
|---|-------------|
| 1. Evaluación de Ventas, devoluciones, descuentos. | B1 |
| 2. Evaluación de Gastos administrativos | B2 |
| 3. Evaluación de ventas | B3 |
| 4. Identificación de Segmentos de operación. | B1 |
| 5. Identificación de umbrales cuantitativos negocio (Ingresos) | B1-1 |
| 6. Identificación de umbrales cuantitativos negocio (Utilidad) | B4 |
| 7. Identificación de umbrales cuantitativos geográfico (Ingresos) | B1-2 |
| 8. Identificación de umbrales cuantitativos geográfico (Utilidad) | B4 |
| 9. Distribución de costo y gastos. | |

10. Elaboración de Estado del Resultado por segmento de negocio y geográfico.
11. Elaboración de razones de rentabilidad por segmento de negocio y geográfico.

El Estado del Resultado del 01 de enero al 31 de diciembre 2013, presentado por la entidad Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A.

P.T	ER	
Elaborado	MS	15/02/2014
Revisado	KP	15/02/2014

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Estado del Resultado Integral
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

		% S/venta neta	Ref.
Ventas Brutas	235,517,295	106%	
Devoluciones	(489,089)	0%	
Descuentos	(13,575,656)	6%	
Ventas Netas	221,452,551	100%	B1
Costo de Venta	(117,264,663)	53%	
Margen bruto	104,187,888	47%	
Gastos de Operación	(48,097,709)	22%	
Gastos de Administración	(20,678,684)		B2
Gastos de Ventas	(27,419,025)		B3
Utilidad de Operación	56,090,179	25%	
Ingresos - Gastos Financieros	1,481,486	1%	
Otros Ingresos	1,856,681		
Otros Gastos	(375,194)		
Utilidad del ejercicio	57,571,666	26%	B4

4.6 Razones de rentabilidad al estado del resultado

Para aplicar razones de rentabilidad, las ventas netas representaran el 100% y los porcentajes son calculados en relación al mismo, para la presente tesis se aplicarán para un mejor análisis y entendimiento de las cifras mostradas.

- Participación del costo de venta

$$\frac{\text{Costo de venta}}{\text{Ventas netas}} = \frac{117,264,662.65}{221,452,550.55} = \mathbf{53\%}$$

Como se observa el costo de venta representa el 53% de las ventas netas del período, por consiguiente es muy bueno para la empresa, derivado a que la Administración de la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. el mismo no puede ser mayor de un 56% según objetivos requerido por la Administración lo que estaría repercutiendo en su resultado.

- Margen de utilidad bruta

$$\frac{\text{Margen bruto}}{\text{Ventas netas}} = \frac{104,187,887.90}{221,452,550.55} = \mathbf{47\%}$$

El costo de venta representa el 53%, por lo cual el margen bruto constituye el 47% para completar el 100% de las ventas netas, la Administración de la Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A. como mínimo debería tener un 35%, significando que el resultado del 47% es beneficioso para la entidad para obtener los resultados deseados, por cada quetzal vendido se obtendrá una ganancia del 0.47 centavos.

- Gastos de operación

$$\frac{\text{Gastos de Operación}}{\text{Ventas netas}} = \frac{48,097,708.63}{221,452,550.55} = \mathbf{22\%}$$

Los gastos de operación representan el 22% sobre las ventas netas, la cual es aceptable por el tipo de negocio, ya que se pueden presentar promociones o degustaciones para impulsar cualquier producto y disminuir el resultado.

- Otros gastos y productos

$$\frac{\text{Ingresos - Gastos Financieros}}{\text{Ventas netas}} = \frac{1,481,486.36}{221,452,550.55} = \mathbf{1\%}$$

Los otros gastos y productos representan el 1% sobre las ventas netas, por intereses generados en el banco y otros gastos no deducibles durante el período 2013.

- Utilidad antes del impuesto sobre la renta

$$\frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Ventas netas}} = \frac{57,571,665.63}{221,452,550.55} = \mathbf{26\%}$$

La utilidad antes del Impuesto Sobre la Renta representa el 26% sobre las ventas netas, lo cual es aceptable, la Administración de la Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A. lo más bajo que podría tener sería un 20% del objetivo requerido. Por consiguiente la empresa cuenta con los activos suficientes para por distribuir sus productos y satisfacer la demanda.

4.7 Identificación de segmentos

Se identificará los segmentos sobre los que se analizarán por segmento geográfico y de negocio de la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. y determinar qué productos y regiones son las más importantes o cuales necesitan ser impulsadas para generar más ingresos. Al realizar el análisis por zona geográfica, se consideraron los departamentos en los que se tiene cartera de clientes ubicándolos por regiones las cuales son: norte, sur, oriente, occidente, central.

Los ingresos netos durante el año son Q 221,452,550.55 los cuales se obtuvieron de los segmentos, tomando en consideración la evaluación de ventas netas:

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Ingresos Obtenidos para Segmento Negocio
01 enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresado en quetzales)

P.T	B1	
Elaborado	MS	17/02/2014
Revisado	KP	17/02/2014

SKU	Venta Bruta	Venta Descuentos	Venta Devolución	Venta Neta
Bebida de Horchata	15,813,682	- 760,820	- 16,692	15,036,170
Bebida de Limón	2,621,714	- 108,906	- 2,581	2,510,227
Bebida de Naranja	11,790,831	- 556,109	- 17,798	11,216,924
Bebida de Tamarindo	9,409,934	- 504,154	- 10,318	8,895,462
Bebida Rosa Jamaica	9,546,161	- 537,193	- 9,329	8,999,639
Consomé Camarón Cartón	3,632,609	- 50,729	- 2,488	3,579,393
Consomé pollo Bote pequeño	44,886,374	- 2,436,194	- 41,282	42,408,897
Consomé de Pollo Cartón	16,943,682	- 219,493	- 17,546	16,706,643
Consomé Res Bote Pequeño	4,519,730	- 340,162	- 26,508	4,153,059
Consomé de Res Cartón	22,878,238	- 317,992	- 36,249	22,523,998
Dulces en Polvo	10,729,866	- 974,708	- 42,358	9,712,800
Frijoles Negros	10,872,357	- 593,825	- 28,905	10,249,627
Leche en Polvo	24,038,491	- 4,615,146	- 147,955	19,275,390
Pimienta Negra	9,731,990	- 294,680	- 15,330	9,421,981
Sal de Ajo	14,443,643	- 457,394	- 23,737	13,962,512
Sal de Cebolla	11,169,763	- 368,127	- 25,492	10,776,144
Sopa de Pollo	12,488,229	- 440,024	- 24,520	12,023,685
Ingresos Obtenidos 2013	235,517,295	- 13,575,656	- 489,089	221,452,551

^

^

^

 ER

 Regresa ^ Suma

Esta información es obtenida por los registros efectuados a cada factura de venta y la región a donde fue su destino para obtener el detalle mostrado y poder determinar los segmentos a informar.

Distribuidora Productos
Alimenticios, S.A..
Ingresos Obtenidos
Segmento Geográfico
01 enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresado en quetzales)

P.T	B1	
Elaborado	MS	17/02/2014
Revisado	KP	17/02/2014

Departamento	Venta Bruta	Descuentos	Venta Devolución	Venta Neta
Chimaltenango	21,596,619			21,596,619
Chiquimula	10,225,269	- 67		10,225,202
El Progreso	17,701,504	- 235,494	- 56,849	17,409,161
Escuintla	29,709,053	- 560,044	- 21,856	29,127,154
Guatemala	59,710,004	- 9,930,759	- 211,373	49,567,872
Huehuetenango	4,169,057	- 1		4,169,057
Izabal	4,753,412	- 7		4,753,404
Jalapa	18,412,141		- 738	18,411,403
Jutiapa	3,744,759	- 76,853	- 5,239	3,662,667
Peten	6,839,121	- 16,974	- 93	6,822,054
Quiche	9,360,070	- 1,462,674	- 49,341	7,848,055
Retalhuleu	30,803,522	- 498,269	- 105,371	30,199,882
Sacatepéquez	209,946	- 40,852	- 45	169,049
Sololá	6,957,706			6,957,706
Suchitepéquez	7,240,035	- 144,303	- 30,396	7,065,336
Zacapa	4,085,079	- 609,359	- 7,790	3,467,930
Ingresos Obtenidos	235,517,295	- 13,575,656	- 489,089	221,452,551

^

^

^

 ER

 Regresa

^ Sumado

4.7.1 Segmento de negocio

Los productos están agrupados en segmentos de negocio dependiendo las características particulares de cada uno, a continuación se presentan la totalidad de dichos productos con sus ventas anuales.

Cuadro No.9
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Identificación de Segmentos de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

No.	Producto	Ventas netas	Segmento
1	Consomé de Camarón Cartón	3,579,392.71	Consomé
2	Consomé de pollo Bote pequeño	42,408,897.31	Consomé
3	Consomé de Pollo Cartón	16,706,642.96	Consomé
4	Consomé de Res Bote Pequeño	4,153,059.38	Consomé
5	Consomé de Res Cartón	22,523,997.72	Consomé
6	Bebida de Horchata	15,036,169.64	Bebidas
7	Bebida de Limón	2,510,226.81	Bebidas
8	Bebida de Naranja	11,216,923.96	Bebidas
9	Bebida de Tamarindo	8,895,461.87	Bebidas
10	Bebida Rosa Jamaica	8,999,638.70	Bebidas
11	Pimienta Negra	9,421,980.76	Especies
12	Sal de Ajo	13,962,512.41	Especies
13	Sal de Cebolla	10,776,144.06	Especies
14	Leche en Polvo	19,275,389.57	Lácteos
15	Sopa de Pollo	12,023,685.08	Sopas
16	Frijoles Negros	10,249,627.34	Frijoles
17	Dulces en Polvo	9,712,800.29	Confitería
Total de Ventas Anuales 2013		221,452,550.55	

Fuente: elaboración propia.

Con esta información de ventas proporcionada por la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A., se obtiene ya los segmentos a informar con características económicas similares:

Cuadro No.10
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Ingresos Netos Obtenidos
Categoría de Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

SEGMENTOS	VENTA NETA	%
Consomé	89,371,990.06	40.36%
Bebidas	46,658,420.97	21.07%
Especies	34,160,637.23	15.43%
Lácteos	19,275,389.57	8.70%
Frijoles	10,249,627.34	4.63%
Confitería	9,712,800.29	4.39%
Sopas	12,023,685.08	5.43%
TOTAL Ventas netas	221,452,550.55	100%

Fuente: elaboración propia.

4.7.2 Segmento geográfico

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

Cuadro No.11
 Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
 Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
 Identificación de Segmentos de Geográfico
 (Cifras expresadas en quetzales)

No.	Departamento	Ventas netas	Segmento
1	Chimaltenango	21,596,618.52	Central
2	Guatemala	49,567,872.44	Central
3	Sacatepéquez	169,049.50	Central
4	Escuintla	29,127,153.53	Sur
5	Retalhuleu	30,199,881.94	Sur
6	Suchitepéquez	7,065,336.01	Sur
7	Chiquimula	10,225,202.13	Oriente
8	El Progreso	17,409,160.58	Oriente
9	Zacapa	3,467,929.76	Oriente
10	Jutiapa	3,662,667.02	Oriente
11	Izabal	4,753,404.47	Oriente
12	Jalapa	18,411,402.92	Oriente
13	Quiche	7,848,055.25	Occidente
14	Huehuetenango	4,169,056.86	Occidente
15	Sololá	6,957,705.50	Occidente
16	Peten	6,822,054.14	Norte
Total Ventas anuales 2013		221,452,550.55	

Fuente: elaboración propia.

De esta forma se conforman los segmentos geográficos y de negocio para la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. con las ventas realizadas en el período del 01 de enero al 31 de diciembre del 2013.

Con esta información de ventas proporcionada por la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A., se obtiene ya los segmentos geográficos a informar con características económicas similares:

Cuadro No.12
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Ingresos Netos Obtenidos
Segmento Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento Geográfico	Venta Neta	%
Central	71,333,540.45	32.21%
Sur	66,392,371.48	29.98%
Oriente	57,929,766.88	26.16%
Occidente	18,974,817.60	8.57%
Norte	6,822,054.14	3.08%
Total Ventas netas	221,452,550.55	100%

Fuente: elaboración propia.

4.8 Participación del Auditor Interno como consultor para distribución de costo

La participación del Auditor Interno consistirá en la revisión de la misma, para verificar que incluya la información requerida. Se elabora el cuadro de costo de venta con relación a las ventas de facturas emitidas para saber cuánto corresponde a cada uno de los segmentos que se van a informar.

El costo total de la empresa Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. es por el valor de Q 117,264,663.65, los cuales se obtuvieron los siguiente segmentos:

- Segmento de Negocio:

Los costos fueron agrupados en base a sus características económicas similares, la forma en cómo se distribuyó tal y como aparece en los registros contables de la entidad, relacionado a su factura de venta.

Cuadro No.13
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Costo de venta
Segmento Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

No.	Producto	Costo Venta	Segmento
1	Consomé de Camarón Cartón	1,971,352.65	Consomé
2	Consomé de pollo Bote pequeño	19,859,062.67	Consomé
3	Consomé de Pollo Cartón	5,189,042.68	Consomé
4	Consomé de Res Bote Pequeño	2,787,269.19	Consomé
5	Consomé de Res Cartón	8,030,746.14	Consomé
6	Bebida de Horchata	9,342,223.73	Bebidas
7	Bebida de Limón	1,284,107.87	Bebidas
8	Bebida de Naranja	5,813,912.49	Bebidas
9	Bebida de Tamarindo	4,894,920.68	Bebidas
10	Bebida Rosa Jamaica	4,456,267.00	Bebidas
11	Pimienta Negra	5,023,670.65	Especies
12	Sal de Ajo	6,868,500.43	Especies
13	Sal de Cebolla	4,783,541.15	Especies
14	Leche en Polvo	12,759,109.96	Lácteos
15	Sopa de Pollo	9,310,071.24	Sopas
16	Frijoles Negros	7,565,351.54	Frijoles
17	Dulces en Polvo	7,325,512.59	Confitería
Total Costo de Ventas Anuales 2013		117,264,662.65	

Fuente: elaboración propia

- Segmento Geográfico:

Se toma de base los registros contables de la entidad, con relación al cliente que se vendió para poder identificar la región de la misma.

Cuadro No.14
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Costo de venta
Segmento Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

No.	Departamento	Costo Venta	Segmento
1	Chimaltenango	9,989,437.76	Central
2	Guatemala	31,120,654.44	Central
3	Sacatepéquez	146,972.08	Central
4	Escuintla	13,631,170.77	Sur
5	Retalhuleu	13,227,001.08	Sur
6	Suchitepéquez	4,335,667.79	Sur
7	Chiquimula	5,203,639.40	Oriente
8	El Progreso	9,218,332.58	Oriente
9	Zacapa	2,490,233.69	Oriente
10	Jutiapa	1,981,344.05	Oriente
11	Izabal	2,540,349.20	Oriente
12	Jalapa	8,569,356.10	Oriente
13	Quiche	5,896,294.13	Occidente
14	Huehuetenango	2,466,863.70	Occidente
15	Sololá	3,101,616.46	Occidente
16	Peten	3,345,729.41	Norte
Total Costo de Ventas Anuales 2013		117,264,662.65	

Fuente: elaboración propia

4.9 Participación del Auditor Interno como consultor para la distribución gastos de operación:

Se realiza la prueba de gastos de operación para agrupar el mismo y verificar las cifras establecidas para proceder a elaborar su distribución con base a venta bruta.

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
 Gastos de Administración
 del 01 enero al 31 de diciembre 2013
 (Cifras expresado en quetzales)

P.T	B2	
Elaborado	MS	21/02/2014
Revisado	KP	21/02/2014

Año 2013		
Área	Gastos Administrativos	Total Administración
Dirección	Director General	3,127,088
Finanzas	Director Financiero	2,722,612
Finanzas	Tesorería	1,944,689
Finanzas	Contabilidad - Créditos & liquidadores	2,343,836
Finanzas	Auxiliar Contabilidad	1,944,689
RRHH	Director Recursos Humanos	2,822,454
RRHH	Nominas	1,952,740
RRHH	Reclutamiento	1,568,580
Auditoría Interna	Auditoría Interna	2,251,997
Gasto Administración Agrupados		20,678,684



 Regresa

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
 Gastos de Ventas
 del 01 enero al 31 de diciembre 2013
 (Cifras expresado en quetzales)

P.T	B3	
Elaborado	MS	21/02/2014
Revisado	KP	21/02/2014

Año 2013

Área	Gastos Ventas	Total Gastos de Venta
Logística	Director Logística	2,277,553.28
Logística	Bode Producto Terminado	2,160,929.97
Ventas	Director Ventas	2,723,443.52
Ventas	Administración Venta	2,437,410.82
Ventas	Mercadeo	1,980,094.99
Ventas	Trade marketing	2,165,204.42
Ventas	Ventas mayoreo	6,922,615.39
Ventas	Ventas Detalle	6,751,772.25
Total Gastos de Ventas Agrupados		27,419,025

 **ER**

 Regresa

Ya con la agrupación de las diferentes áreas en base al Organigrama No.1 de la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A., se procede a elaborar la distribución correspondiente.

- Segmento de Negocio:

Los gastos de operación durante el año 2013, fueron de Q 48,097,708.63, la distribución se realiza en función a la venta bruta, quedando de la siguiente manera para el segmento de negocio:

Cuadro No.15
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Distribución Gastos de Operación
Segmento Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento Negocio	Venta Bruta	% Venta Bruta	Gastos de venta	Gastos administración	Gastos Operación
Consomé	92,860,633	39.43%	10,810,875	8,153,268	18,964,143
Bebidas	49,182,322	20.88%	5,725,827	4,318,263	10,044,090
Especies	35,345,396	15.01%	4,114,926	3,103,366	7,218,292
Lácteos	24,038,491	10.21%	2,798,571	2,110,607	4,909,178
Frijoles	10,872,357	4.62%	1,265,765	954,605	2,220,370
Confitería	10,729,866	4.56%	1,249,176	942,094	2,191,270
Sopas	12,488,229	5.30%	1,453,885	1,096,481	2,550,366
Total Gastos Operación	235,517,295	100.00%	27,419,025	20,678,684	48,097,709

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro anterior muestra la participación que tiene cada segmento de negocio con relación a los gastos de operación para poder aplicar al Estado de Resultado Integral por segmento de negocio.

- Segmento Geográfico:

Dentro del segmento Geográfico se procedió a hacer su distribución también con relación a venta bruta derivado a que es una distribuidora.

Cuadro No.16
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Distribución Gastos de Operación
Segmento Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento Geográfico	Venta Bruta	% Venta Bruta	Gastos de venta	Gastos administración	Gastos Operación
Central	81,516,569	34.61%	9,490,194	7,157,247	16,647,441
Sur	67,752,611	28.77%	7,887,788	5,948,756	13,836,544
Oriente	58,922,162	25.02%	6,859,743	5,173,432	12,033,176
Occidente	20,486,833	8.70%	2,385,086	1,798,767	4,183,853
Norte	6,839,121	2.90%	796,213	600,483	1,396,696
Total Gastos Operación	235,517,295	100.00%	27,419,025	20,678,684	48,097,709

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en los cuadros anteriores, los gastos de ventas y administración fueron distribuidos con relación a las ventas brutas, para poder tener la proporción que le corresponde a cada segmento.

4.9.1 Participación del Auditor Interno como consultor en la Distribución de otros gastos y productos financieros

La participación del Auditor Interno consistirá en la revisión de la misma, para verificar que incluya la información requerida. Los otros productos financieros durante el año 2013, fueron de Q 1,856,680.70 y otros gastos por valor de Q 375,194.34

- Segmento de negocio:

La distribución se elabora de la misma forma que los gastos de operación, con base a venta bruta, adjunto información de los segmentos para distribuir al Estado del Resultado Integral.

Cuadro No.17
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Distribución de Otros gastos – productos financieros
Segmento Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento Negocio	Venta Bruta	% Venta Bruta	Otros Gastos	Otros Productos	Otros Gastos - Productos Neto
Consomé	92,860,633	39.43%	147,933	732,059	584,126
Bebidas	49,182,322	20.88%	78,351	387,725	309,374
Especies	35,345,396	15.01%	56,308	278,642	222,335
Lácteos	24,038,491	10.21%	38,295	189,505	151,211
Frijoles	10,872,357	4.62%	17,320	85,711	68,391
Confitería	10,729,866	4.56%	17,093	84,588	67,495
Sopas	12,488,229	5.30%	19,895	98,450	78,555
Otros Gastos – Productos	235,517,295	100.00%	375,194	1,856,681	1,481,486

Fuente: elaboración propia

- Segmento Geográfico:

La distribución se efectúa igual que el segmento de negocio con relación a las ventas bruta.

Cuadro No.18
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Otros gastos y productos financieros
Segmento Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento Geográfico	Venta Bruta	% Venta Bruta	Otros Gastos	Otros Productos	Otros Gastos - Productos Neto
Central	81,516,569	34.61%	129,861	642,629	512,768
Sur	67,752,611	28.77%	107,934	534,122	426,188
Oriente	58,922,162	25.02%	93,867	464,508	370,641
Occidente	20,486,833	8.70%	32,637	161,506	128,869
Norte	6,839,121	2.90%	10,895	53,916	43,020
Otros gastos – productos	235,517,295	100.00%	375,194	1,856,681	1,481,486

Fuente: elaboración propia

4.11 Distribución de costos y gastos

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

Cuadro No.19
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Cuadro de Segmentos Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento	Venta Neta	Costo Venta	Gastos Admon.	Gastos Ventas	Otros Productos	Otros Gastos	Utilidad Antes ISR
Central	71,334	41,257	7,157	9,490	643	130	13,942
Norte	6,822	3,346	600	796	54	11	2,123
Oriente	57,930	30,003	5,173	6,860	465	94	16,264
Sur	66,392	31,194	5,949	7,888	534	108	21,788
Occidente	18,975	11,465	1,799	2,385	162	33	3,455
Total	221,453	117,265	20,679	27,419	1,857	375	57,572

Fuente: elaboración propia

Es importante mencionar que no existe ninguna norma que indique la base o el procedimiento para distribuir los gastos que no pueden identificarse directamente a los segmentos, por consiguiente se debe buscar las formas adecuadas para que se acerque a la realidad.

Cuadro No.20
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Cuadro de Segmentos Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmento	Venta Neta	Costo Venta	Gastos Admon	Gastos Ventas	Otros Prod.	Otros Gastos	Utilidad antes ISR
Consomé	89,372	37,837	8,153	10,811	732	148	33,154
Bebidas	46,658	25,791	4,318	5,726	388	78	11,132
Especies	34,161	16,676	3,103	4,115	279	56	10,489
Lácteos	19,275	12,759	2,111	2,799	190	38	1,758
Sopas	12,024	9,310	1,096	1,454	98	20	242
Confitería	9,713	7,326	942	1,249	85	17	264
Frijoles	10,250	7,565	955	1,266	86	17	532
Total	221,453	117,265	20,679	27,419	1,857	375	57,572

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro anterior se distribuyó con base a la venta bruta del segmento de negocio con los gastos que no se identificaron, no existe ninguna base o procedimiento de repartimiento.

4.12 Umbrales cuantitativos

Según la norma internacional de información financiera número ocho “segmentos de operación”, una entidad deberá informar por separado cada uno de los segmentos que alcances alguno de los siguientes umbrales cuantitativos.

4.12.1 Umbrales Segmentos de Negocio

Umbrales de Ingresos: las ventas netas generadas durante el período fueron de: Q 221,452,550.55 la norma establece que los segmentos que deben revelar

información separada deben ser iguales o superiores al 10% de los ingresos, en este caso el 10% de los ingresos es de Q 22,145,255.05

P.T	B1-1	
Elaborado	MS	22/02/2014
Revisado	KP	22/02/2014

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Umbrales de ingresos
del 01 enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresado en quetzales)

Ingresos = Q 221,452,550.55		10%	Q 22,145,255.06
Segmento	Venta Neta	%	INFORMAR
Consomé	89,371,990.06	40.36%	SI
Bebidas	46,658,420.97	21.07%	SI
Especies	34,160,637.23	15.43%	SI
Lácteos	19,275,389.57	8.70%	NO
Frijoles	10,249,627.34	4.63%	NO
Confitería	9,712,800.29	4.39%	NO
Sopas	12,023,685.08	5.43%	NO
Ingresos obtenidos netos	221,452,550.55	100%	
^			
Segmentos a Informar	Venta Neta	%	
Segmentos	170,191,048.27	76.85%	SI
Resto de Segmentos	51,261,502.28	23.15%	NO
Ingresos obtenidos netos	221,452,550.55		 B1
^			

 Regresa

^ Suma

Ver Cuadro No.10

Conclusión: Con base al umbral anterior se observa que consomé, bebidas y especies con el 10% que establece la norma por lo tanto si califican para presentar información por separado, estos segmentos hacen un monto total de Q 170,191,048.27 que representan el 76.85% de los ingresos.

En el caso de sopas, frijoles, lácteos y confitería, no cumplen con el 10% que se establece la norma, por lo tanto se cataloga como restos del segmento y se presentará información unificada, ya que no es necesario presentar la información.

Umbrales de Utilidad: para realizar esta prueba la norma establece que la utilidad debe ser igual o mayor al 10% del monto total. La empresa Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. muestra utilidad total de Q 57,571,665.63 al 10% de la misma es Q 5,757,166.56 para verificar que los segmentos cumplen con este umbral se realiza la siguiente prueba, a partir de los datos registrados en el cuadro No.20.

P.T	B4	
Elaborado	MS	22/02/2014
Revisado	KP	22/02/2014

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Umbrales de utilidad
del 01 enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresado en quetzales)

Utilidad Q 57,571,665.63	10%	Q 5,757,166.56
Segmento	Utilidad antes ISR	%
Consomé	33,154,499.68	57.59%
Bebidas	11,132,272.87	19.34%
Especies	10,488,968.12	18.22%
Lácteos	1,758,312.07	3.05%
Frijoles	532,296.99	0.92%
Confitería	263,512.35	0.46%
Sopas	241,803.55	0.42%
Total	57,571,665.63	100%

Segmentos a Informar	Utilidad Antes ISR	%
Segmentos	54,775,740.66	95.14%
Resto de Segmentos	2,795,924.96	4.86%

TOTAL	57,571,665.63	ER
Regresa	Suma	

Conclusión: con base a la cedula anterior se observa que los segmentos que pasan del umbral de utilidad, y por ende califican son: consomé, bebidas y especias que cumplen el 10% que establece la norma haciendo un monto total de Q 54,775,740.66 y a la vez representa el 95.14%, mientras que los restantes segmentos deben catalogar como restos de segmentos según lo establece la norma, debido a que únicamente llegan al 4.86% que hace un total de Q 2,795,924.96.

4.12.2 Umbrales Segmentos Geográficos

La Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. tiene su cartera de clientes en 5 regiones geográficas las cuales son: central, sur, oriente, occidente, norte de las cuales se realizan las siguientes pruebas para identificar que cumplan con los umbrales que establece la norma y así presentar información como restos del segmento, tal como lo menciona la Norma Internacional de Información Financiera No.8.

Umbrales de Ingresos: Los ingresos totales por segmento geográfico ascienden a Q 221,452,550.55 del cual el 10% es de Q 22,145,255.05. A continuación se presenta la cédula en donde se realiza la prueba del 10% de los ingresos, para determinar los segmentos de los cuales deben informarse, con datos del cuadro No.12

P.T	B1-2	
Elaborado	MS	22/02/2014
Revisado	KP	22/02/2014

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Umbrales de ingresos
del 01 enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresado en quetzales)

Ingresos = Q 221,452,550.55		10%	Q 22,145,255.06
Segmento Geográfico	Venta Neta	%	INFORMAR
Central	71,333,540.45	32.21%	SI
Sur	66,392,371.48	29.98%	SI
Oriente	57,929,766.88	26.16%	SI
Occidente	18,974,817.60	8.57%	NO
Norte	6,822,054.14	3.08%	NO
Ingresos netos	221,452,550.55	100.00%	
	^		
Segmentos a Informar	Venta Neta	%	
Segmentos	195,655,678.81	88.35%	SI
Resto de Segmentos	25,796,871.74	11.65%	NO
Ingresos netos	221,452,550.55	 B1	
	^		

^ Sumado

 Regresa

Conclusión: con base a lo anterior se determinó que existen tres segmentos que califican tratándose de umbrales que establece la norma para presentar información por separado, siendo estos: central, sur, oriente, los cuales ascendiendo a un total de Q 195,655,678.81 que representa el 88.35%.

El 11.65% corresponde al segmento de occidente y norte, que estos se categorizaron al resto de segmentos.

Umbrales de Utilidad: la utilidad que la empresa obtuvo en el período fue de Q 57,571,665.63 la norma establece que los segmentos de los cuales debe presentarse información por separado debe ser igual o mayor al 10%, siendo el valor de Q 5,757,166.56 datos obtenidos de cuadro No.19.

P.T	B4	
Elaborado	MS	23/02/2014
Revisado	KP	23/02/2014

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Umbrales de ingresos
del 01 enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresado en quetzales)

Utilidad = Q 57,571,665.63	10%	Q 5,757,166.56
Segmento	Utilidad antes ISR	% INFORMAR
Central	13,941,803.41	24.22% SI
Sur	21,788,175.93	37.85% SI
Oriente	16,263,977.27	28.25% SI
Occidente	3,455,059.72	6.00% NO
Norte	2,122,649.29	3.69% NO
Utilidad antes ISR	^ 57,571,665.63	100%
Segmentos a Informar	Utilidad Antes ISR	%
Segmentos	51,993,956.62	90.31% SI
Resto de Segmentos	5,577,709.01	9.69% NO
Utilidad antes de ISR	^ 57,571,665.63	ER

^ Suma

ER Regresa

Conclusión: con base a los resultados obtenidos en la cedula anterior tres califican: central, sur, oriente con un total del 90.31% del total de la empresa.

Según lo demostrado en dicha cedula el segmento occidente y norte no califican, por lo tanto se debe de registrar como resto del segmento, del cual la norma no exige que se revele información.

4.13 Elaboración de Estado del Resultado Integral

Según la Norma internacional de Información Financiera número ocho “Segmentos de Operación” en su párrafo No. 1 “Una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus estados financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades de negocio que desarrolla y los entornos económicos en los que opera”(14:1), por consiguiente es necesario elaborar esta información para conocer el resultado de cada uno de los segmentos que es de suma importancia para la entidad, para la toma de decisiones.

4.13.1 Estado del resultado Integral por segmento de negocio, detallado por zonas geográficas

El resultado por segmento de negocio nos permite entender mejor la participación y el rendimiento que tiene cada uno en la entidad.

Cuadro No.21
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Estado del Resultado Integral del Segmento de Consumé, Bebidas, Especies
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Descripción	Total	Contribución Individual por Segmento							
		Consumé	%	Bebidas	%	Especies	%	Resto del Segmento	%
Ventas Netas	221,453	89,372	40%	46,658	21%	34,161	15%	51,262	23%
Central	71,334	25,107		15,503		9,162		21,562	
Sur	66,392	2,750		1,284		1,881		60,478	
Oriente	57,930	36,296		12,423		10,346		(1,136)	
Restos del segmentos	25,797	25,219		17,448		12,772		(29,643)	
Costo de Venta	(117,265)	(37,837)	32%	(25,791)	22%	(16,676)	14%	(36,960)	32%
Central	(41,257)	(11,911)		(9,029)		(5,121)		(15,197)	
Sur	(31,194)	(1,188)		(671)		(869)		(28,466)	
Oriente	(30,003)	(14,430)		(6,722)		(4,793)		(4,059)	
Restos del segmentos	(14,811)	(10,309)		(9,370)		(5,893)		10,762	
Margen Bruto	104,188	51,535		20,867		17,485		14,301	
Gtos operación	(48,098)	(18,964)	39%	(10,044)	21%	(7,218)	15%	(11,871)	25%
Central	(16,647)	(5,629)		(3,517)		(2,026)		(5,476)	
Sur	(13,837)	(563)		(263)		(385)		(12,626)	
Oriente	(12,033)	(7,561)		(2,582)		(2,159)		269	
Restos del segmentos	(5,581)	(5,211)		(3,683)		(2,648)		5,962	
Otros Gastos-Productos financieros	1,481	584	39%	309	21%	222	15%	366	25%
Central	512,768	173		108		62		512,424	
Sur	426,188	17		8		12		426,150	
Oriente	370,641	233		80		67		370,262	
Restos del segmentos	171,890	160		113		82		171,534	
Utilidad A/imptos.	57,572	33,154	58%	11,132	19%	10,489	18%	2,796	5%

Fuente: elaboración propia.

4.13.2 Análisis del Estado del Resultado Integral por segmento de negocio

La Norma Internacional de Información Financiera No.8 por segmentos de negocio es muy importante debido a que se puede analizar cada uno de los productos y saber cómo ha sido el rendimiento individual, esto quiere decir conocer la pérdida o ganancias de los mismos en una forma más detallada, además se puede medir la contribución que tiene cada uno.

A continuación se analiza por cada una de las familias de los productos para conocer el rendimiento individual:

- Consomé

Cuadro No.22
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis del Estado del Resultado Integral Consomé por Producto
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Producto	Venta Neta	Costo Venta	Gastos. Operación	Gastos –Prod. Finan.	Utilidad Antes ISR	%
Consomé Camarón Cartón	3,579	(1,971)	(742)	23	889	25%
Consomé pollo Bote pequeño	42,409	(19,859)	(9,167)	282	13,665	32%
Consomé Pollo Cartón	16,707	(5,189)	(3,460)	107	8,164	49%
Consomé Res Bote Pequeño	4,153	(2,787)	(923)	28	471	11%
Consomé Res Cartón	22,524	(8,031)	(4,672)	144	9,965	44%
Total	89,372	(37,837)	(18,964)	584	33,154	

Fuente: elaboración propia.

Como se observa, los ingresos para consomé suma Q 89,371,990.06 del total de la empresa, que representa el 40.36% según cuadro No.21, además el resultado

de dicho segmento es de Q 33,154,499.68 y representa el 57.59% de la rentabilidad total de la empresa.

El principal producto de consomé, es el de pollo en cartón por que representa su rentabilidad del 49%, aunque su ingresos son menores pero beneficiado por el costo de venta y gastos, comparado con el consomé de pollo bote por el valor total de esta familia, El consomé de pollo cartón es un producto de consumo más práctico para la amas de casa que no puede faltar en su cocina siendo el producto líder en esta familia.

- Bebidas

Cuadro No.23
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis del Estado del Resultado Integral Bebidas por Producto
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Producto	Venta Neta	Costo Venta	Gastos Operación	gastos -prod. Finan.	Utilidad Antes ISR	%
Bebida de Horchata	15,036	(9,342)	(3,229)	99	2,564	17%
Bebida de Limón	2,510	(1,284)	(535)	16	707	28%
Bebida de Naranja	11,217	(5,814)	(2,408)	74	3,069	27%
Bebida de Tamarindo	8,895	(4,895)	(1,922)	59	2,138	24%
Bebida Rosa Jamaica	9,000	(4,456)	(1,950)	60	2,654	29%
Total	46,658	(25,791)	(10,044)	309	11,132	

Fuente: elaboración propia.

Con respecto al cuadro de bebidas se observa que tuvo ingresos de Q 46,658,420.97 que corresponde al 21.07% al total de las ventas cuadro No.21 y reporto un resultado de Q 11,132,272.87 que corresponde 19.34% sobre la

ganancia total, la bebida de horchata es la que presenta mayor venta realizada pero no tiene una mayor utilidad, derivado a que tiene el costo de venta muy elevado, mientras que la bebida de rosa Jamaica tiene una venta menor, pero el costo de venta es aceptable dando por consiguiente una utilidad de Q 2,653,888.52 que representa el 29% del total de bebidas.

- Especies

Cuadro No.24
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis del Estado del Resultado Integral Especies por Producto
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Producto	Venta Neta	Costo Venta	Gastos Operación	Gastos –Prod. finan.	Utilidad Antes ISR	%
Pimienta Negra	9,422	(5,024)	(1,987)	61	2,472	26%
Sal de Ajo	13,963	(6,869)	(2,950)	91	4,235	30%
Sal de Cebolla	10,776	(4,784)	(2,281)	70	3,782	35%
Total	34,161	(16,676)	(7,218)	222	10,489	

Fuente: elaboración propia.

El segmento de especias obtuvo ventas de Q 34,160,637.23 que representa el 15.43% con relación total de las ventas y reporto el 18.22% del total de la utilidad cuadro No.21, la sal de cebolla obtuvo mayor margen en el segmento por un 35% por tener una buena aceptación en el mercado.

Mientras el que tuvo menos rendimiento fue la pimienta negra tanto en ventas como utilidad con un 26%, ya que este segmento no se está impulsado tanto, teniendo que invertir un poco más en publicidad y promociones en este producto para poder explotar lo máximo y comercializarlo mejor.

4.13.3 Razones de rentabilidad al Estado del Resultado Integral segmento de negocio

Al analizar por razones de rentabilidad en relación a la venta por segmentos de negocio, es para conocer la proporción de participación para cada uno de los segmentos antes mencionado:

- Participación del costo de venta

Cuadro No.25
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Participación de Costo de Venta
Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Costo de Venta		Ventas netas	%
Consumé	37,837,473.33	/	89,371,990.06	42%
Bebidas	25,791,431.77	/	46,658,420.97	55%
Especies	16,675,712.23	/	34,160,637.23	49%

Fuente: elaboración propia.

La participación del costo de venta a nivel general es 53% cuadro No.21, esto quiere decir que el consumé tiene mejor margen bruto con 58%, mientras que bebidas tiene mayor costo de 55% por bonificaciones, promociones, degustaciones u obsolescencia que la empresa quita una oportunidad de venta.

- Margen de utilidad bruta

Cuadro No.26
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Margen Utilidad Bruta
Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Margen Bruto		Ventas netas	%
Consomé	51,534,516.73	/	89,371,990.06	58%
Bebidas	20,866,989.21	/	46,658,420.97	45%
Especies	17,484,925.00	/	34,160,637.23	51%

Fuente: elaboración propia.

El margen de utilidad bruta es del 47% a nivel general cuadro No.21, por consiguiente consomé tiene una mayor rentabilidad de 58% derivado a su buena aceptación del producto en el mercado y por tener un costo de venta aceptable dejando buena ganancia bruta, mientras que el segmento de bebidas tiene menos margen de 45% por producto que están obsoleto o bonificaciones efectuadas.

- Gastos de operación

Cuadro No.27
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Gastos de Operación
Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Gastos de operación		Ventas netas	%
Consomé	18,964,142.99	/	89,371,990.06	21%
Bebidas	10,044,090.39	/	46,658,420.97	22%
Especies	7,218,291.82	/	34,160,637.23	21%

Fuente: elaboración propia.

Los gastos de operación (administración y ventas) representan a nivel total 22% cuadro No.21, los gastos a nivel de segmento son aceptables entre un 21% y

22% por consiguiente los resultado de la empresa de la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A. serán los deseados, bebidas tiene 1% más derivado a las promociones y degustaciones de producto que se está invirtiendo.

- Otros gastos y productos financieros

Cuadro No.28
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Otros gastos y Productos Financieros
Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Otros gastos y productos		Ventas netas	%
Consumé	584,125.94	/	89,371,990.06	1%
Bebidas	309,374.05	/	46,658,420.97	1%
Especies	222,334.93	/	34,160,637.23	1%

Fuente: elaboración propia.

La participación a nivel general de otros gastos y productos financieros es de 1% cuadro No.21, por consiguiente todos los segmentos del negocio están en el promedio esperado.

- Utilidad antes de Impuesto sobre la renta

Cuadro No.29
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Utilidad antes de ISR
Segmento de Negocio
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Utilidad antes ISR		Ventas netas	%
Consumé	33,154,499.68	/	89,371,990.06	37%
Bebidas	11,132,272.87	/	46,658,420.97	24%
Especies	10,488,968.12	/	34,160,637.23	31%

Fuente: elaboración propia.

El margen de utilidad representa el 26% total de la empresa cuadro No.21, como se puede observar el segmento de consomé es el de mejor utilidad antes de impuesto al obtener el 37%, esto se debe a que tiene un buen margen bruto de ventas derivado a la buena preferencia de sus clientes y que actualmente no se le está invierto mucho en aspectos publicitarios, al contrario de bebidas.

4.13.4 Estado del Resultado Integral por segmento geográfico, detallado por producto

Al igual forma que el segmento de negocio, es necesario presentarlo para poder mostrar las ventas, costo de venta, gastos de operación en cada zona detallada para revelar la participación de los mismos.

Cuadro No.30
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Estado del Resultado Integral del Segmento de Central, Sur, Oriente
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Descripción	Total	Contribución Individual por Segmento Geográfico							
		Central	%	Sur	%	Oriente	%	Resto del Segmentos	%
Ventas Netas	221,453	71,334	32%	66,392	30%	57,930	26%	25,797	12%
Consumé	89,372	25,107		36,296		20,277		7,692	
Bebidas	46,658	15,503		12,423		12,043		6,689	
Especies	34,161	9,162		10,346		12,807		1,846	
Resto del segmentos	51,262	21,562		7,327		12,803		9,570	
Costo Venta	(117,265)	(41,257)	35%	(31,194)	27%	(30,003)	26%	(14,811)	13%
Consumé	(37,837)	(11,911)		(14,430)		(8,403)		(3,094)	
Bebidas	(25,791)	(9,029)		(6,722)		(6,375)		(3,667)	
Especies	(16,676)	(5,121)		(4,793)		(5,893)		(869)	
Resto del segmentos	(36,960)	(15,197)		(5,249)		(9,333)		(7,181)	
Margen Bruto	104,188	30,076	29%	35,199	34%	27,927	27%	10,986	11%
Gtos. Operación	(48,098)	(16,647)	35%	(13,837)	29%	(12,033)	25%	(5,581)	12%
Consumé	(18,964)	(5,629)		(7,561)		(4,184)		(1,590)	
Bebidas	(10,044)	(3,517)		(2,582)		(2,489)		(1,457)	
Especies	(7,218)	(2,026)		(2,159)		(2,648)		(385)	
Resto del segmentos	(11,871)	(5,476)		(1,535)		(2,712)		(2,149)	
Otros Gastos-Productos	1,481	513	35%	426	29%	371	25%	172	12%
Consumé	584	173		233		129		49	
Bebidas	309	108		80		77		45	
Especies	222	62		67		82		12	
Resto del segmentos	366	169		47		84		66	
UtilidadA/Imptos.	57,572	13,942	24%	21,788	38%	16,264	28%	5,578	10%

Fuente: elaboración propia.

4.13.5 Análisis de información financiera por segmento geográfico

El análisis de la información financiera por segmentos geográfico es de mucha importancia para las empresas que tiene presencia en las diferentes zonas, con el mismo se puede medir el rendimiento por cada uno de ellos, así como la participación que tiene a nivel total de la entidad.

Se examina el rendimiento que tiene cada una de las zonas por departamento agrupado al segmento geográfico:

- Zona Central

Cuadro No.31
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis del Estado del Resultado Integral Zona Central
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Departamento	Venta	Costo	Gastos de Operación	Otros gastos-producto financ.	Utilidad Antes ISR	%
Chimaltenango	21,596.62	(9,989.44)	(4,410.50)	135.85	7,332.54	34%
Guatemala	49,567.87	(31,120.65)	(12,194.07)	375.60	6,628.74	13%
Sacatepéquez	169.05	(146.97)	(42.88)	1.32	(19.48)	-12%
Total	71,333.54	(41,257.06)	(16,647.44)	512.77	13,941.80	

Fuente: elaboración propia.

Como se observa la zona central obtuvo ingresos de Q 71,333,540.45 que representa 32.21% del total de la empresa y una rentabilidad de Q 13,941,803.41 que corresponde el 24.22% de la rentabilidad total de la empresa, todos los % y valores se pueden observar en cuadro No.30.

Es importante mencionar que el departamento de Guatemala, representa más ingresos para esta zona pero tiene una utilidad del 13%, pero el departamento

de Chimaltenango presenta mayor rentabilidad con un 34%, derivado a que los costos y gastos de operación son más elevados en Guatemala, por consiguiente representa menor rentabilidad.

El departamento de Sacatepéquez reporta menos ingresos y pérdida con un (12%) derivado a que el costo de venta de la entidad está muy elevado dejando un margen bruto bajo para los gastos operativos de la entidad.

- Zona Sur

Cuadro No.32
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis del Estado del Resultado Integral Zona Sur
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Departamento	Venta	Costo	Gastos de Operación	Otros gastos-producto financiero	Utilidad Antes ISR	%
Escuintla	29,127.15	(13,631.17)	(6,067.23)	186.88	9,615.63	33%
Retalhuleu	30,199.88	(13,227.00)	(6,290.74)	193.76	10,875.90	36%
Suchitepéquez	7,065.34	(4,335.67)	(1,478.57)	45.54	1,296.64	18%
Total	66,392.37	(31,193.84)	(13,836.54)	426.19	21,788.18	

Fuente: elaboración propia.

La zona sur tiene ingresos de Q 66,392,371.48 que representa 29.98% del total de ingresos de la empresa, la rentabilidad de la zona es de Q 21,788,175.93 que corresponde el 37.85% del total de la rentabilidad de la empresa se pueden observar en el cuadro No.30.

Como se observa Escuintla tiene 33% y Retalhuleu representa el 36% con la mayor parte de ingresos y rentabilidad para esta zona, mientras que Suchitepéquez es el que menor ingreso y rentabilidad con un 18%, derivado a que tiene pocos clientes en relación a los otros dos departamentos de la zona y

es necesario que se impulsen productos que no hayan podido ingresar a ésta área para incrementar sus ingresos y rentabilidad.

- Zona Oriente

Cuadro No.33
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis del Estado del Resultado Integral Zona Oriente
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Departamento	Venta	Costo	Gastos Operación	Otros Gastos-Producto Financiero	Utilidad Antes ISR	%
Chiquimula	10,225.20	(5,203.64)	(2,088.22)	64.32	2,997.66	29%
El Progreso	17,409.16	(9,218.33)	(3,615.03)	111.35	4,687.15	27%
Izabal	4,753.40	(2,540.35)	(970.75)	29.90	1,272.21	27%
Jalapa	18,411.40	(8,569.36)	(3,760.16)	115.82	6,197.71	34%
Jutiapa	3,662.67	(1,981.34)	(764.76)	23.56	940.12	26%
Zacapa	3,467.93	(2,490.23)	(834.26)	25.70	169.13	5%
Total	57,929.77	(30,003.26)	(12,033.18)	370.64	16,263.98	

Fuente: elaboración propia.

La zona oriente tiene ingresos Q 57,929,766.88 que representa el 26.16% del total de ingresos y una utilidad de Q 16,263,977.27 que representa el 28.25% de rentabilidad total de la empresa, estos % y valores se pueden observar en cuadro No.30.

El departamento que mayor ingresos tiene en la zona oriente es Jalapa con un 34%, derivado a que la empresa cuenta con una mini bodega para poder distribuir a toda el área oriente y por tal razón tiene mejor distribución en esta zona. En el caso de Zacapa tiene pocos ingresos y rentabilidad de un 5%, debido a que no se le da la cobertura apropiada y se está invirtiendo en promocionar productos para la aceptación de los clientes.

4.13.6 Razones de rentabilidad al Estado del Resultado Integral segmento geográfico

Se analiza por razones de rentabilidad por segmento geográfico para conocer la proporción de participación para cada uno de las zonas antes mencionadas:

- Participación del costo de venta

Cuadro No.34
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Participación del Costo de Venta
Segmento de Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Costo de Venta		Ventas netas	%
Central	41,257,064.28	/	71,333,540.45	58%
Sur	31,193,839.64	/	66,392,371.48	47%
Oriente	30,003,255.02	/	57,929,766.88	52%

Fuente: elaboración propia.

La participación del costo de venta es de 53% total de la empresa según cuadro No.30, la zona sur es la que tiene un mejor margen bruto con un costo de venta del 47%, la zona central es el que tiene mayor costo de venta del 58% dando un menor margen, esta zona es donde más se promovió la venta de consomé de cartón y donde se tiene mejor magnitud de venta.

- Margen de utilidad bruta

Cuadro No.35
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Margen de Utilidad Bruta
Segmento de Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Margen bruto		Ventas netas	%
Central	30,076,476.17	/	71,333,540.45	42%
Sur	35,198,531.84	/	66,392,371.48	53%
Oriente	27,926,511.85	/	57,929,766.88	48%

Fuente: elaboración propia.

El margen de utilidad bruta es de 47% a nivel total según cuadro No.30, la zona Sur es la que presenta un mejor margen bruto del 53%, derivado a que el costo de venta es menor para esta zona, mientras que la zona central es la que menor margen de utilidad representa con 42%.

- Gastos de operación

Cuadro No.36
Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Gastos de Operación
Segmento de Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Gastos de operación		Ventas netas	%
Central	16,647,440.55	/	71,333,540.45	23%
Sur	13,836,543.59	/	66,392,371.48	21%
Oriente	12,033,175.64	/	57,929,766.88	21%

Fuente: elaboración propia.

Los gastos de operación (administración y venta) a nivel general representan el 22% según cuadro No.30, en la zona Sur y Oriente los gastos son los esperados a niveles generales con un 21%, pero de la zona central tuvo un

aumento del 1%, ya que se ha impulsado producto derivado de la competencia exigente en esta región.

- Otros gastos y productos financieros

Cuadro No.37
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Otros Gastos y Productos Financieros
Segmento de Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Otros gastos y productos		Ventas netas	%
Central	512,767.80	/	71,333,540.45	1%
Sur	426,187.67	/	66,392,371.48	1%
Oriente	370,641.06	/	57,929,766.88	1%

Fuente: elaboración propia.

La participación de los gastos financieros y productos a nivel general representa el 1% según cuadro No.30, por consiguiente todas las zonas representan lo mismo, ósea un 1% como está a nivel general.

- Utilidad antes de impuesto sobre la renta

Cuadro No.38
Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
Análisis e Interpretación Utilidad antes de ISR
Segmento de Geográfico
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2013
(Cifras expresadas en quetzales)

Segmentos	Utilidad antes ISR		Ventas netas	%
Central	13,941,803.41	/	71,333,540.45	20%
Sur	21,788,175.93	/	66,392,371.48	33%
Oriente	16,263,977.27	/	57,929,766.88	28%

Fuente: elaboración propia.

El margen de utilidad antes de Impuesto Sobre la Renta a nivel general representa el 26% según cuadro No.30, como se observa la zona con mayor utilidad antes de Impuesto Sobre la Renta es la zona sur con un 33%, esto se debe a que tiene un mejor margen bruto de ventas y por los gastos de operación que se encuentran entre el promedio de gastos ejecutados en la entidad total, mientras que la zona Central representa un 20% de utilidad antes de Impuesto Sobre la Renta que está por debajo de lo establecido a nivel general, pero aceptable para la empresa.

4.14 Informe de resultados obtenidos empresa Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.

Para: Consejo de Administración
Distribuidora de Productos Alimenticios, S.A.
Guatemala

De: Auditoría Interna

Asunto: Informe de Resultados obtenidos.

Fecha: 20 de marzo 2014

- **ANTECEDENTES.**

El presente informe es el resultado de la consultoría de la Norma Internacional de Información Financiera No.8. Segmentos de negocio y geográfico.

Dentro los objetivos a corto plazo de la planificación estratégica que tiene la empresa Distribuidora de Productos Alimenticos S.A. para el Estado de Resultado Integral:

- Lo principal de la entidad es poder alcanzar siempre el objetivo de venta 100%, elaborando promociones y degustaciones para que el público conozca el mismo y tratar de ir aumentando las ventas en un 10% cada año.
- El costo de venta que represente un máximo del 56% de las ventas netas, tratar de evaluar con la productora para la reducción de costos.

- Que el margen bruto como mínimo debe de tener un 35% de las ventas netas, esto va muy relacionado al comportamiento de la venta y costo.
- Que los gastos de operación no superen el 21% o 22% en relación a la venta neta, para poder obtener buenas rentabilidades, si surge un gasto fuera del objetivo de la entidad, debe ser comunicado al Consejo Administrativo y tratar de reducir los mismos.
- Los gastos y productos financieros no deben de exceder del 1% de las ventas netas.
- La utilidad antes de Impuesto sobre la renta que se desea obtener como mínimo un 20% sobre las ventas netas para garantizar buenos resultados para la empresa.
- **RESULTADOS**
 - La empresa en su totalidad tuvo ganancias antes de ISR de Q 57,571,665.63, el análisis de la información financiera total de la compañía es el siguiente:

Razones de Rentabilidad en relación a la venta neta:

Total empresa:

Participación del costo venta:	53%
Margen utilidad bruta:	47%
Gastos de operación:	22%
Otros gastos y productos	1%

Utilidad antes del ISR 26%

Dentro de los objetivos deseados de la entidad fueron alcanzados todos, ninguno se sobregiro según lo solicitado por el Consejo Administrativo, derivados al análisis de razones de rentabilidad en relación a ventas netas de la compañía.

- La ganancia de la empresa está compuesta de la siguiente forma:

Se identificó los segmentos según lo que se requirió de acuerdo a la información proporcionada, adicionalmente la forma de distribución se realiza con base a venta bruta por ser una empresa distribuidora, como la Norma Internacional de Información Financiera No.8 no da lineamientos de cómo distribuir.

Segmento de Negocio: Utilidad Antes ISR

Consumé Q 33,154,499.68

Bebidas Q 11,132,272.87

Especies: Q 10,488,968.12

Frijoles Q 532,296.99

Sopas Q 241,803.55

Confitería Q 263,512.35

Lácteos Q 1,758,312.07

Segmento de Geográfico: Utilidad Antes ISR

Central Q 13,941,803.41

Sur	Q 21,788,175.93
Oriente	Q 16,263,977.23
Occidente	Q 3,455,059.72
Norte	Q 2,122,649.29

En la región Central esta Sacatepéquez que obtiene pérdida de -12%, que representa Q.-19.48 derivado a que el costo de venta de la entidad está muy elevado dejando un margen bruto bajo para los gastos operativos de la entidad, adicionalmente los ingresos también son bajos para poder obtener mayor rentabilidades.

- Al revisar las operaciones por segmentos se llegó a la siguiente conclusión:
 - En la región Sur reporta la mayor utilidad de las regiones con un 37.85% en relación a la empresa total, dentro de la región se encuentra Retalhuleu con la mayor participación de venta por las sucursales de distribución que se encuentra en dicha área.

En el segmento de negocio el consomé es el producto líder de todas las regiones con % de utilidad del 57.58% del total de la empresa seguido de bebidas con una rentabilidad del 19.34% y por ultimo especies con un 18.22% de los segmentos que se informan.

- Al aplicar lo establecido por la Norma Internacional de Información Financiera No.8 para determinar los segmentos que se presenta información separada, se detectó que Frijoles, Lácteos, Sopas, Confitería no cumplieron con los umbrales cuantitativos, por lo tanto

se registraron como “restos del Segmentos”. En cuanto al segmento geográficos occidente y norte no cumplió con lo establecido por la norma, por lo que la información de éste se revela cómo “resto de segmentos” representado occidente un 6.00% y norte 3.69% con un total de 9.69% de la utilidad de la empresa.

- Entre las fortalezas de los segmentos de negocio se tiene a consomé como líder por su fácil preparación específicamente consomé de pollo cartón que realmente es de enfocar mucho la venta con respecto a este producto derivado a que puede dejar utilidades del 50%, comparado con el consomé de res bote pequeño está dejando utilidades del 11% Q 471,194.62.

Oportunidades del negocio está de poder ampliar el mercado en regiones que aún no se ha podido incorporar el producto y si es factible elaborar un estudio para ver la necesidad del mismo. Adicionalmente tratar de explotar al máximo los mercados existentes.

Entre las debilidades que tiene la empresa es que no se ha podido tener una distribución a nivel completo del territorio guatemalteco, por consiguiente no se está acaparando todo el mercado perdiendo oportunidades de venta y rentabilidades. Adicionalmente evaluar si es necesario aplicar recursos o eliminación de productos que perjudican a la entidad ejemplo el caso de Sacatepéquez con una pérdida del 12%.

Entre las amenazas están los segmentos que no están reportando muchos ingresos y rentabilidades, segmento de negocio consomé de res bote pequeño está dejando ingresos de Q 4,153,059.38 entre el

valor total de consumé de Q 89,371,990.06 corresponde a un 4.65% de ingresos total de consumé, perjudicado especialmente por su costo muy elevado, sobre pasa el objetivo establecido por el Consejo Administrativo del 56%.

Producto	Venta Neta	Costo de Venta	% Costo
Consumé Res Bote			
Pequeño	Q 4,153.06	Q 2,787.27	67.11%
Consumé Pollo Cartón	Q 16,706.64	Q 5,189.04	31.06%

Como pueden observar el cuadro anterior el costo consumé de res bote es el doble de consumé cartón que es el producto líder, actualmente dentro de la familia de consumé está siendo solapado este producto.

Entre el segmento geográfico que tiene el costo por arriba del objetivo solicitado por el Consejo Administrativo esta;

Departamento	Venta	Costo	% Costo
Guatemala	Q 49,567.87	Q 31,120.65	62.78%
Sacatepéquez	Q 169.05	Q 146.97	86.94%
Suchitepéquez	Q 7,065.34	Q 4,335.67	61.37%
Zacapa	Q 3,467.93	Q 2,490.23	71.81%

En estas regiones el costo está muy elevado pudiendo perjudicar en un futuro las rentabilidades de la entidad.

- **ESTRATEGIAS**

- Presentar el Estado del Resultado Integral por segmentos de operación se utiliza para el diagnóstico oportuno de cada uno y revisar constantemente la forma de distribución para llegar a un resultado más positivo.
- Evaluar la necesidad de ampliar el mercado con más puntos de ventas y distribución para tener mayor cobertura en el país y poder generar mayores ingresos, utilidades, considerando los costos y gastos.
- Tratar de eliminar productos o regiones que están presentado pérdidas para que no disminuya la rentabilidad o si es necesario aplicar recursos para poder tratar de ir incorporándolos al mercado.
- Revisar constantemente la evolución de costo de venta podría ocasionar serios problemas en un futuro con ciertos productos como consomé de res bote pequeño y los departamentos de Zacapa, Sacatepéquez, Suchitepéquez, Guatemala.
- Que la administración evalúe periódicamente el rendimiento que tiene por línea de negocio y segmento geográfico para la toma de decisiones oportunamente y elaborar el análisis e interpretación de las cifras y tratar de explotar los productos y regiones que están dejando mayores rentabilidades como por ejemplo:

Segmento geográfico

Departamento	Utilidad
Chimaltenango	33.95%
Escuintla	33.01%
Retalhuleu	36.01%
Jalapa	33.66%

Segmento Negocio

Producto	Utilidad
Consomé de pollo Bote pequeño	32.22%
Consomé de Pollo Cartón	48.87%
Consomé de Res Cartón	44.24%
Sal de Cebolla	35.09%

• COMENTARIOS

- Las estrategias propuestas anteriormente ayudarán a la empresa a incrementar sus ganancias para los próximos años, además de tener información adecuada y oportuna para la toma de decisiones.
- Con base a los resultados negativos en el departamento de Sacatepéquez, es necesario que se evalúe la continuidad de venta en este departamento o la aplicación de recursos para tratar de aumentar los ingresos y rentabilidades.



Kevyn Humberto Palencia
Auditor Interno

CONCLUSIONES

1. La necesidad de la Norma Internacional de Información Financiera No.8 es importante debido a que las empresa puede manejar varios productos y regiones con características económicas similares, por lo que permite determinar el grado de porcentaje de contribución de cada producto y cada región con la información global de la entidad.
2. El Contador Público y Auditor como consultor juega un papel crucial para la elaboración de segmentos de operación, proporciona los lineamientos y procedimientos más adecuados para obtener información segmentada con base a la Norma Internacional de Información Financiera por segmentos de operación No.8 para toma de decisiones de manera oportunidad y para cotizar en bolsa.
3. Al analizar e interpretar el Estado del Resultado Integral a través de razones financieras, permite entender y profundizar las cifras, se obtiene información adicional del resultado, que permite conocer la naturaleza de la empresa, sus políticas administrativas y que operaciones son las adecuadas para el buen funcionamiento.
4. Los métodos y procedimientos para la preparación y presentación de la Norma Internacional de Información Financiera por Segmentos de Operación No.8 más adecuados para una distribuidora son los que se utilizaron en esta investigación, se propone dichas técnicas para obtener la identificación de los segmentos sobre los que se deba informar y la ventaja que presenta dicho análisis de la información.

5. Los segmentos que alcanzaron los umbrales cuantitativos que se deben informar para la Distribuidora Productos Alimenticios, S.A, son segmento de negocio: consomé 40.36%, bebidas 21.07% y especies 15.43% que representa para la entidad ingresos del 76.85%, en cuestión de rentabilidades consomé 57.59%, bebidas 19.34% y especies con 18.22% que representa una rentabilidad para la entidad de 95.14% que representa la mayor parte de las ganancias de la empresa que se está informando.

Para el segmento geográfico: central 32.21%, sur 29.98% y oriente 26.16% que representa para la entidad ingresos del 88.35%, en cuestión de rentabilidades central 24.22%, sur 37.85% y oriente 28.25% que representa un rentabilidad para la entidad de 90.31% que una buena parte que se está informando para toma de decisiones de la máxima autoridad.

RECOMENDACIONES

1. Que las entidades que presenten segmentos de operación, observen y apliquen los lineamientos establecidos en la Norma Internacional de Información Financiera No.8, como herramienta adicional del Estado de Resultado Integral para que se informe de manera oportuna.
2. Que el Auditor interno como consultor mantenga una constante actualización de las Normas Internacionales de Información Financiera, para poder desarrollar su trabajo con la debida competencia y en la preparación de aspectos financieros, dado que su formación académica y experiencia profesional se lo admite, esto permite tener mejores controles y procesos para la empresa.
3. Es importante que al realizar el análisis e interpretación del Estado del Resultado Integral se conozca y se tenga experiencia en el giro de la empresa, para aplicar el mejor método de razones financieras de acuerdo a la necesidad de la entidad, para que pueda interpretar y verificar el camino que lleva la empresa, evitar decisiones equivocadas y pérdidas innecesarias.
4. La necesidad de aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera es una herramienta indispensable en el ámbito contable, financiero y auditoría, en especial para todas aquellas empresas trasnacionales.
5. Que la administración con los productos que no alcancen umbrales cuantitativos se realicen promociones con productos líderes para dar a conocer e impulsar los productos que no tienen mucha influencia en los ingresos y la utilidad, tratar de ir incorporándolos en el mercado para el conocimiento del público en las diferentes zonas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Congreso de la República Guatemala. Decreto No.2-70 actualizado y con sus reformas incluidas, Código de Comercio, 168 páginas.
2. Congreso de la República Guatemala, Decreto No.6-91, Código de Tributario, 98 páginas.
3. Congreso de la República Guatemala, Decreto No.90-97, Código de Salud y sus reformas, 64 páginas.
4. Congreso de la República Guatemala, Decreto No.27-92 y su reglamento, Ley del Impuesto al Valor Agregado, 87 páginas.
5. Congreso de la República Guatemala, Decreto No.37-92, Ley de Impuesto de Timbres Fiscales y papel sellado Especial para Protocolos, 36 páginas.
6. Congreso de la República Guatemala, Decreto No.73-2008, Ley de Impuesto de Solidaridad, 44 páginas.
7. Congreso de la República Guatemala. Decreto No.10-2012, Ley de Actualización Tributaria, 83 páginas.
8. De Miguel Fernández, Enrique, Cerdá Aparicio, José, “Las cuentas anuales, definición, Lectura e interpretación”. España, Editorial Universidad Politécnica de Valencia, año 2007, 303 páginas.

9. Fonseca Borja, René, "Auditoría Interna, un enfoque moderno de planificación, ejecución y control", Artes Gráficas Acrópolis, segunda edición, año 2004, 598 páginas
10. Gitman, Lawrence J., "Principios de Administración Financiera", México Editorial Pearson Educación, edición decimoprimer, 2007, 688 páginas.
11. Guajardo Cantú, Gerardo, "Contabilidad Financiera", México, Editorial Mc Graw Hill, Edición Quinta, 2008. 556 Páginas.
12. International Accounting Standard Board (IASB). Norma Internacional Contabilidad No.1, Presentación de Estados Financieros, año 2013, 23 páginas.
13. International Accounting Standard Board (IASB). Norma Internacional de Información Financiera No.1, Adopción por primera vez de las Normas Internacionales, año 2013, 34 páginas.
14. International Accounting Standard Board (IASB). Norma Internacional de Información Financiera No.8, Segmentos de Operación, año 2013, 11 páginas.
15. Lorenzo Fernández, Alonso & Duarte Schlageter, Javier, "Finanzas Operativas: un coloquio", México, Editorial Limusa, S.A., año 2010, 142 páginas.

16. Maupoy, Pedro, Grau Ana María, Barat José & Albors Ana, "Introducción Al Secado de Alimentos por Aire Caliente", España, Editorial Universidad Politécnica de Valencia, año 2004, 192 páginas.
17. Moreno Fernández, Joaquín A., "Estados Financieros, Análisis e Interpretación". México, Editorial continental, Edición tercera reimpresión, 2007. 360 páginas.
18. Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo .Octava edición. Litografía Cimgra. 2012. 337páginas.
19. Superintendencia de Administración Tributaria de Guatemala, Acuerdo de Directorio 08-2010, Guatemala 2010, 5 páginas.
20. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Catálogo de Estudios Escuela de Auditoría, Departamento de Planificación y Desarrollo Educativo, Guatemala, año 2008, 89 páginas.

ANEXO

Análisis del Estado de Situación Financiera por medio Razones Financieras

Para efectos de evaluación de la empresa Distribuidora Productos Alimenticios S.A., se considera necesario realizar análisis global del Estado de Situación Financiera, por medio del uso de razones financieras para determinar la situación de la empresa.

P.T	BG	
Elaborado	MS	15/03/2014
Revisado	KP	15/03/2014

Distribuidora Productos Alimenticios, S.A.
 Estado de Situación Financiera
 Año terminado el 31 de diciembre de 2013
 (Cifras expresadas en quetzales)

Activos		
No corrientes:		15,623,483.00
Otros Activos		
Corrientes		70,395,761.00
Efectivo	39,939,245.00	
Cuentas por Cobrar, neto	23,083,693.00	
Inventario	6,970,759.00	
Gastos Pagados por anticipado	402,064.00	
Total Activos		86,019,244.00
Patrimonio		65,810,966.00
Capital Pagado	500,000.00	
Reserva Legal	2,160,768.00	
Utilidad Acumulada	5,578,532.37	
Utilidad del Ejercicio	57,571,665.63	
Pasivos		
No Corrientes		1,098,109.00
Proveedores Exterior Largo Plazo	1,098,109.00	
Corrientes		19,110,169.00
Cuentas por pagar	19,110,169.00	
Suma Igual Activos		86,019,244.00

- **Razón de Solvencia**

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{75,395,761.00}{19,110,169.00} = 3.95$$

El resultado anterior muestra que la empresa tiene una liquidez de razonable ya que cuenta con Q 3.95 para cubrir Q 1.00 de las obligaciones, en conclusión que sus activos son suficientes para cancelar sus pasivos a corto plazo.

- **Prueba de Acido**

$$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{48,425,002.00}{19,110,169.00} = 2.53$$

La empresa tiene capacidad para responder a las obligaciones a corto plazo sin considerar el monto de inventarios, ya que por cada Q 1.00 adeudo se tienen Q 2.53 para responder.

- **Periodo de Cobro**

$$\text{Promedio de Venta por Día} = \frac{221,452,550.55}{365} = 606,719.32$$

$$\frac{\text{Cuenta por Cobrar}}{\text{Promedio de venta por día}} = \frac{23,083,693.00}{606,719.32} = 38.05$$

Se muestra un promedio de 38 días en que la empresa está recuperando cartera, este resultado muestra un poco de deficiencia derivado a que debería estar en promedio en recuperación de 30 días.

Se recomienda mejorar las políticas de cobro, para evitar tener las ventas en la cuenta por cobrar y que no sobre pase más de 60 días podrían caer a problemas de incobrabilidad.

- **Rotación de Inventarios**

$$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventarios}} = \frac{57,571,665.63}{6,970,759.00} = 8.26$$

La empresa mantiene una rotación de inventarios de 8.26 veces al año, por lo que se puede mostrar que está haciendo un eficiente trabajo el departamento de comercialización, ya que el inventario se coloca menor tiempo en el mercado.

- **Rotación de Activos Totales**

$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Total Activo}} = \frac{221,452,550.55}{86,019,244.00} = 2.57$$

Como se puede observar la rotación de activos es aceptable, la empresa cuenta con activos que ayudan a estimular el ingreso por ventas, tanto más eficiente será la utilización de sus activos.

- **Razón de Endeudamiento**

$$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}} = \frac{20,208,278.00}{86,019,244.00} = 0.23$$

Como se puede observar en este momento no está financiada la empresa por terceros, actualmente está tomando los recursos de la empresa para que funcione sin ayuda de terceros.