

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

**“EL RECONOCIMIENTO CONTABLE DE LA CREACIÓN DE UN
SITIO WEB EN UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA”**

TESIS

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

POR

REINA LUCRECIA LÓPEZ VÁSQUEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

CONTADORA PÚBLICA Y AUDITORA

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADA

GUATEMALA, ABRIL DE 2016

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

Decano	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Secretario	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Segundo	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal Tercero	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal Cuarto	P.C. Marlon Geovani Aquino Abdalla
Vocal Quinto	P.C. Carlos Roberto Turcios Pérez

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

Matemática – Estadística	Lic. Jorge Mario Fuentes Batz
Contabilidad	Lic. German Rolando Ovando Amézquita
Auditoría	Lic. M.Sc. Álvaro Joel Girón Barahona

PROFESIONALES QUE REALIZARON EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS

Presidente:	Lic. M.Sc. Erick Orlando Hernández Ruiz
Secretario:	Lic. M.Sc. Oscar Noé López Cordon
Examinador:	Lic. José de Jesús Portillo Hernández

Meneses & Meneses Asociados

Contadores Públicos y Consultores Independientes

- Auditoría Integral
- Contabilidad Gerencial
- Consultoría Tributaria
- Desarrollo de Software
- Capacitación
- Outsourcing de contabilidad

Guatemala, Octubre 21 de 2015.

Licenciado
Luis Antonio Suárez Roldán
DECANO
Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad de San Carlos de Guatemala,
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Señor Decano:

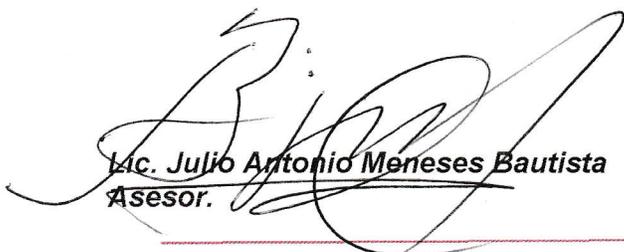
Hago de su conocimiento que de acuerdo al nombramiento DIC.AUD.364-2013, de fecha 22 de octubre 2013, modificado por el nombramiento DIC.AUD.CAMBIO.ASESOR-13-2015, de fecha 15 de julio 2015, de esa decanatura, he procedido a asesorar a la estudiante REINA LUCRECIA LÓPEZ VÁSQUEZ, carné No. 200316427-1, en su trabajo de tesis denominado **"EL RECONOCIMIENTO CONTABLE DE LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB EN UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA"**.

Mi trabajo de asesoría consistió en apoyar y revisar el trabajo de investigación de la estudiante López Vásquez. En este trabajo se analiza la importancia de la participación del Contador Público y Auditor en el proceso contable de la implementación de un sitio WEB para una empresa de comida rápida, de acuerdo con la sección 18 "Activos Intangibles Distintos a la Plusvalía" de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES).

Por lo anterior y con mi opinión favorable, me permito recomendar que se acepte el presente trabajo para que la estudiante pueda sustentar su examen privado de tesis, previo a su graduación profesional como Contadora Pública y Auditora en el grado académico de Licenciada.

Sin más sírvase aceptar las muestras de mi consideración y estima.

ID Y ENSEÑAD A TODOS.


Lic. Julio Antonio Meneses Bautista
Asesor.





FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS

Edificio "S-8"

Ciudad Universitaria, Zona 12
GUATEMALA, CENTROAMERICA

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
NUEVE DE MARZO DE DOS MIL DIECISÉIS.

Con base en el Punto QUINTO, inciso 5.1, subinciso 5.1.1 del Acta 3-2016 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 22 de febrero de 2016, se conoció el Acta AUDITORIA 357-2015 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 17 de noviembre de 2015 y el trabajo de Tesis denominado: "EL RECONOCIMIENTO CONTABLE DE LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB EN UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA", que para su graduación profesional presentó la estudiante REINA LUCRECIA LÓPEZ VÁSQUEZ, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. LUIS ANTONIO SUÁREZ ROLDÁN
DECANO

Smp.

LIC. CARLOS ROBERTO CÁBNERA MORALES
SECRETARIO



ACTO QUE DEDICO A:

- Dios** Porque tu nombre es Santo y grandes cosas has hecho en mí, tu misericordia ha llegado de generación en generación. Gracias Dios por tu bondad.
- Mi esposo** Jorge Alberto, mi ayuda idónea sin duda enviado por Dios, por tu amor incondicional, por tu apoyo y paciencia, te amo mi amor.
- Mis padres** Carmelina por ser mi gran ejemplo de lucha y de mujer virtuosa, por tu incomparable amor, te amo mami. Claudio por enseñarme el valor de luchar por lo que queremos y superarnos cada día un poco más, te amo papi.
- Mis hermanos** Eddy y Byron, mis ángeles guardianes y mi motivación para ser cada día mejor, gracias por darme una hermana María José y a mis hermosas sobrinas Mafer y Marce, sangre de mi sangre, los amo.
- Toda mi familia** En especial a mi abuelito Alejandro (+) desde el cielo se que celebras por mí, por sus ánimos y muestras de cariño, este logro también es por ustedes, los amo familia.
- Mis amigos** Por compartir conmigo cada etapa de la vida cimentando el gran valor de la amistad: Brenda, Leyda, One, Fabi, Milly, Nilda y Alberto por esos maravillosos años de escuela; Roxana, Vilma, Antonieta, Selvin, Efrén y Melder por los gloriosos días san carlistas; Vane, Bea, Ericka, James, Gustavo, Eimer y Renata, mis grandes colegas y amigos de toda mi vida. Gracias amigos.
- Lic. Julio Meneses** Por su sabiduría y paciencia, por ser un ángel y un ejemplo a seguir, gracias por compartir tan apreciada experiencia y valioso tiempo, por su apoyo y palabras de ánimo.
- Y en especial** Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por la oportunidad de convertirme en una profesional dispuesta a poner el talento al servicio de los demás y dignificar así nuestra profesión. Id y enseñad a todos.

ÍNDICE

Contenido	Página
Introducción	i
CAPÍTULO I	
EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA	
1.1 Industria	1
1.1.1 La industria en los restaurantes	2
1.2 Empresas de comida rápida	3
1.2.1 Estructura organizacional de las empresas de comida rápida	5
1.2.2 Procesos productivos de las empresas de comida rápida	7
1.2.3 Crecimiento económico de las empresas de comida rápida	9
1.2.4 Empresas de comida rápida y su incursión en el comercio electrónico	11
1.3 Proceso contable de las empresas de comida rápida	13
1.3.1 Estructura de un sistema contable para restaurantes	14
1.3.2 Catálogo de cuentas para una empresa de comida rápida	16
1.3.3 Información financiera a presentar	23
1.4 Regulaciones o disposiciones legales para una empresa de comida rápida	31
1.4.1 Constitución política de la república de Guatemala y sus reformas	31
1.4.2 Decreto ley 2-70 del congreso de la república, código de comercio y sus reformas	32
1.4.3 Decreto ley 1441 del congreso de la república, código de trabajo y sus reformas	32
1.4.4 Decreto ley 6-91 del congreso de la república, código tributario y sus reformas	33
1.4.5 Decreto 27-92 del congreso de la república, ley del impuesto al valor agregado IVA y sus reformas	33
1.4.6 Decreto 10-2012 del congreso de la república, ley de actualización tributaria y sus reformas	34
1.4.7 Decreto 78-2008 del congreso de la república, ley del impuesto	

de solidaridad	35
1.4.8 Decreto ley 78-89 del congreso de la república, ley de bonificación incentivo para el sector privado y sus reformas	36
1.4.9 Decreto 42-92 del congreso de la república, ley de bonificación anual para trabajadores del sector privado y público y sus reformas	36
1.4.10 Decreto 76-78 del congreso de la república, ley reguladora de la prestación del aguinaldo para los trabajadores del sector privado y sus reformas	36
1.4.11 Decreto 295 del congreso de la república, ley orgánica del instituto guatemalteco de seguridad social (IGSS) y sus reformas	37
1.4.12 Decreto 43-92 del congreso de la república, ley de creación del instituto de recreación de los trabajadores de la empresa privada guatemalteca (IRTRA) y sus reformas	37
1.4.13 Decreto 17-72 del congreso de la república, ley orgánica del instituto técnico de capacitación y productividad (INTECAP) y sus reformas	37
1.4.14 Decreto 90-97 del congreso de la república, código de salud y sus reformas	38
1.4.15 Otras leyes aplicables	38

CAPÍTULO II

SITIOS WEB PARA EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA

2.1 Antecedentes	39
2.1.1 Historia del internet	39
2.1.2 Historia de los sitios web	41
2.2 Tipos de sitios web	42
2.3 Sitios web de comercio electrónico	43
2.3.1 Características de los sitios web dedicados al comercio electrónico	43
2.3.2 Tipos de comercio electrónico en sitios web	44
2.3.3 Proceso de compra venta en un sitio web de comercio electrónico	47
2.4 Etapas de desarrollo de un sitio web de comercio electrónico	52
2.4.1 Planificación para elaborar el sitio web	52

2.4.2	Desarrollo del sitio web	53
2.5	Sitios web para empresas de comida rápida	54
2.5.1	Ventajas y desventajas económicas de los sitios web para empresas de comida rápida	55
2.6	Principales aspectos contables y financieros de los sitios web para empresas de comida rápida	56
2.6.1	Costos de sitios web en una empresa de comida rápida	57
2.6.2	Clasificación contable de los sitios web en una empresa de comida rápida	58
2.6.3	Regulaciones o disposiciones legales aplicables a sitios web en empresas de comida rápida	59

CAPÍTULO III

CONSIDERACIONES DE LA SECCIÓN 18 DE LA NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF PARA LAS PYMES – ACTIVOS INTANGIBLES DISTINTOS DE LA PLUSVALÍA RESPECTO AL DESARROLLO DE SITIOS WEB

3.1	Activos intangibles	64
3.1.1	Definiciones	65
3.1.2	Identificabilidad de los activos intangibles	66
3.1.3	Reconocimiento y medición de los activos intangibles	67
3.2	Desarrollo de un sitio web y su tratamiento contable	73
3.2.1	Identificabilidad de un sitio web como intangible	73
3.2.2	Reconocimiento de un sitio web como activo intangible	75
3.2.3	Medición inicial de un sitio web como activo intangible	77
3.2.4	Medición posterior al reconocimiento	83
3.2.5	Amortización a lo largo de la vida útil	84
3.2.6	Recuperación del importe en libros, pérdida por deterioro del valor	91
3.2.7	Retiros y disposiciones de activos intangibles	92
3.2.8	Información a revelar de sitios web como activos intangibles	93

CAPÍTULO IV
EL RECONOCIMIENTO CONTABLE DE LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB
EN UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA
(CASO PRÁCTICO)

4.1	Generalidades de la empresa	96
4.2	Participación del contador público y auditor en el proyecto web a realizar	98
4.2.1	Solicitud del proyecto a realizar	99
4.2.2	Presentación del plan de trabajo	100
4.3	Desarrollo del trabajo con base a la propuesta presentada	102
4.3.1	Presupuesto de costos y gastos para el proyecto del sitio web	103
4.3.2	Resumen del presupuesto para el proyecto del desarrollo del sitio web	106
4.3.3	Análisis y proyección de ventas	108
4.3.4	Análisis de los registro contables del proyecto del desarrollo del sitio web	111
4.3.5	Registros contables en cada fase del proyecto del sitio web	122
4.3.6	Otros registros contables por desembolsos incurridos en el proyecto del sitio web	129
4.3.7	Análisis de riesgos en el desarrollo del sitio web	140
4.3.8	Informe del trabajo realizado	143
4.4	Presentación de los estados financieros con el efecto en el reconocimiento contable de los costos del sitio web como activo intangible	148
	CONCLUSIONES	167
	RECOMENDACIONES	168
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	170

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	Nombre	Página
1	Organigrama general de una empresa de comida rápida	6
2	Distribución de comida rápida en el mundo	10

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Nombre	Página
1	Catálogo de cuentas contables	19

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual en el que se desarrolla la economía en el país, se hace necesario participar en el proceso de actualización a nivel tecnológico e informático. La mayoría de las entidades actualmente realizan sus negocios por medio de internet, al utilizar los sitios *web*.

En el presente trabajo se destaca la participación del Contador Público y Auditor, ya que como profesional no se puede quedar rezagado en el tema de Internet, pues desempeña un papel muy importante como asesor en el desarrollo de estrategias financieras y fiscales para las empresas.

Los sitios *web* se encuentran en proceso de expansión y de aplicación en las empresas, en un futuro no lejano se esperaría que la mayoría de las transacciones se realicen por medio de la *web*. La creación de un sitio *web* conlleva fases las cuales son necesarias conocer para registrar correctamente los desembolsos en qué incurra la entidad.

Las entidades dedicadas a la venta de comida rápida son un claro ejemplo para la utilización de sitios *web*, ya que por la demanda que tienen y para ofrecer mejores servicios a los clientes, optan por la creación de éstos desde los cuales puede realizarse la transacción de compra venta en forma segura tanto para la empresa como para el cliente, ya que éste último podrá realizar el proceso de compra desde la comodidad de su casa, trabajo o el lugar donde se encuentre y al mismo tiempo genera ventas para la empresa que se convierten en ingresos y dependiendo de la demanda que tenga en un corto plazo, representará mayores ganancias a la empresa.

La entidad en la cual se realizó la investigación sobre este tema, pertenece a la industria de comida rápida y como parte de su expansión se hace necesaria la

creación de un sitio *web* que les permita anunciarse así como prestar un servicio seguro y eficiente a sus clientes.

La participación del Contador Público y Auditor consiste en reconocer en los estados financieros tal como lo indica la norma internacional de información financiera, los desembolsos que la entidad realice en la creación del sitio *web*. Para ello se debe conocer el proceso que conlleva la creación de un sitio *web*, ya que la dificultad en el reconocimiento se presenta en la finalidad para la que se creará el sitio *web*.

Tomando como base la Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades – NIIF para las Pymes, se presenta el siguiente trabajo de investigación, en donde se expone cómo la implementación de un sitio *web* en una empresa de comida rápida puede hacer una diferencia competitiva para las empresas dentro del mercado y contablemente cómo el Contador Público y Auditor ejerce un papel importante en conocer e involucrarse en temas de tecnología y su reconocimiento contable de acuerdo a lo requerido por las normas vigentes, el trabajo está enfocado en reconocer contablemente los costos de sitios *web* como activos intangibles.

Se desarrolla en el Capítulo I el marco teórico, referente a conceptos fundamentales para el entendimiento de la presente investigación; posterior a ello en el Capítulo II, se describe todo lo relacionado al comercio electrónico; en el Capítulo III se desarrolla un análisis de la sección 18 de la Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades, referente a los activos intangibles.

Y en el Capítulo IV, el caso práctico de cómo deben reconocerse contablemente los desembolsos que la entidad realice por la adquisición de activos intangibles y

la incidencia que pueden llegar a tener los activos intangibles en el comercio electrónico a través de un sitio web.

Finalmente se incluyen las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas utilizadas para este estudio.

CAPÍTULO I

EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA

1.1 Industria

Desde el siglo XXI, la industria ha sido el motor de la economía, con la revolución industrial fue el sector que más aportó a la producción y con el crecimiento de ésta producción, el término industria cobra relevancia y se hace necesaria su divergencia.

La palabra industria se refiere a la transformación de materias primas con el objeto de producir un bien. De acuerdo a la definición de la Real Academia Española, industria se refiere al conjunto de operaciones que se realizan para transformar materiales en un producto útil.

La industria abarca procesos y operaciones para diversos sectores, lo cual conlleva a una clasificación.

“La primera clasificación que se realizó a la industria, fue realizada por el economista francés Jean-Baptiste Say, en el año de 1800, que clasificó a la industria en extractivas, manufactureras y comerciales”. (41:1)

Para nuestros tiempos, la clasificación de la industria se basa en una división universalmente aceptada según el tipo de actividades a realizar, por ejemplo al personal, al grado de desarrollo del proceso productivo al que se enfoque, o al sector al que va dirigido como comercial y servicios.

Dentro de la industria de servicios se encuentra la industria de restaurantes.

1.1.1 La industria en los restaurantes

La Industria tiene incursión en los restaurantes debido a que es la encargada de procesar la materia prima en alimentos destinados al consumo humano, a través de lugares establecidos donde se distribuyen los alimentos en diversos platillos y para diferentes tipos de gustos, ofreciendo la oportunidad de que las personas lleguen a consumir el producto terminado.

“La industria en los restaurantes tuvo sus inicios aproximadamente 1700 a.C. en donde ya se tienen registros de que las personas salían a comer, en Egipto se tienen indicios de la existencia de un comedor público, en los cuales no se servían las delicias que se pueden encontrar hoy en día, pero se disponía de un lugar diferente para degustar de la alimentación.

Cada época se presenta con sus particularidades y costumbres, así como sus reglas de acuerdo a la coyuntura social que se vivió en cada una, se tiene conocimiento de que las mujeres no participaban de estas oportunidades sino hasta el año 402 a.C.

En la época actual se encuentra información que confirma como fueron tomando forma los lugares de venta de comida, desde las tabernas o posadas en la antigua Roma, como las casas de comida en Londres.

Se considera a las cafeterías como parte de los antepasados de los restaurantes, éstas surgieron en Oxford y posteriormente en Londres, se dice que en ese año (1650) el café era considerado como un “curalotodo” (41:5)

Las cafeterías se hicieron populares en América Colonial, se abrieron muchas en Boston, Virginia y New York, puede decirse que la palabra cafetería proviene del francés café.

“Para que el concepto de restaurante como tal ganara influencia, se originó en París el restaurante de Mosieur Boulanger en el año 1765, este restaurante estaba dirigido a las damas y caballeros elegantes que no frecuentaban tabernas públicas”. (41:1)

“El restaurante de Boulanger, Champsd’Oiseau, cobraba unos precios lo suficientemente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de la sociedad acudían para mostrar su distinción. Boulanger amplió el menú sin pérdida de tiempo y así nació un nuevo negocio”. (41:7)

“La palabra restaurante se estableció en breve y los chefs de más reputación que entonces solo habían trabajado para familias privadas, abrieron también sus propios negocios, lo cual estaba dando origen a las empresas de comida con la unión de pequeños empresarios”. (41:5)

1.2 Empresas de comida rápida

Dentro de las empresas de comida, cabe destacar el desarrollo que han mantenido las empresas de comida rápida.

Se denomina así a la sistematización y desarrollo del proceso en el servicio artesanal, creando un modelo de consumo popular que se distingue en brindar al consumidor los mismos productos con una calidad homogénea más la disponibilidad en una red de locales establecidos estratégicamente que permite atender de forma inmediata.

Las cadenas o empresas de comidas rápida han facilitado el desarrollo de redes de proveedores y una infraestructura de abastecimiento bastante sofisticada.

Existen varios aspectos en nuestro estilo de vida que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo del negocio de los restaurantes; por ejemplo, la gran cantidad de mujeres que trabajan fuera de casa, los trabajos a tiempo completos y a grandes distancias del hogar sin mencionar el tráfico cotidiano así como las limitantes de horarios en los trabajos para el tiempo de almuerzo.

La comida rápida se refiere al tipo de comida que se vende en restaurantes o lugares especializados y que está lista para consumir de inmediato. La comida rápida incluye productos y platos como pastas y tortas calientes, sándwiches, hamburguesas, croissants, pizzas, pollo, tortilla de patatas, sopas y ensaladas. También se incluyen bebidas como los batidos, refrescos y bebidas calientes no alcohólicas.

Las empresas de comida rápida se han multiplicado en los últimos veinte años, a medida que se ha incrementado la movilidad de las personas. Estos establecimientos, ofrecen alimentos para ser consumidos allí mismo o para llevar. El menú es variado debido a la cantidad de restaurantes que existen, sin embargo es limitado y los precios relativamente bajos.

En Guatemala estas empresas se pueden dividir en dos grupos principales, pudiendo ambos grupos trabajar por medio de franquicias:

- a) Empresas de comida rápida de origen nacional: se pueden mencionar a Pollo Campero, Al Macarone, Los Gauchitos, Hamburguesas Berlin, Pollo Brujo, Pollo Pinulito, Pollo Granjero, entre otros.
- b) Empresas de comida rápida de origen extranjero: se pueden mencionar a M´cDonalds, Burguer King, KentuckyFriedChicken, Dominos Pizza, Pizza Hut, entre los más destacados.

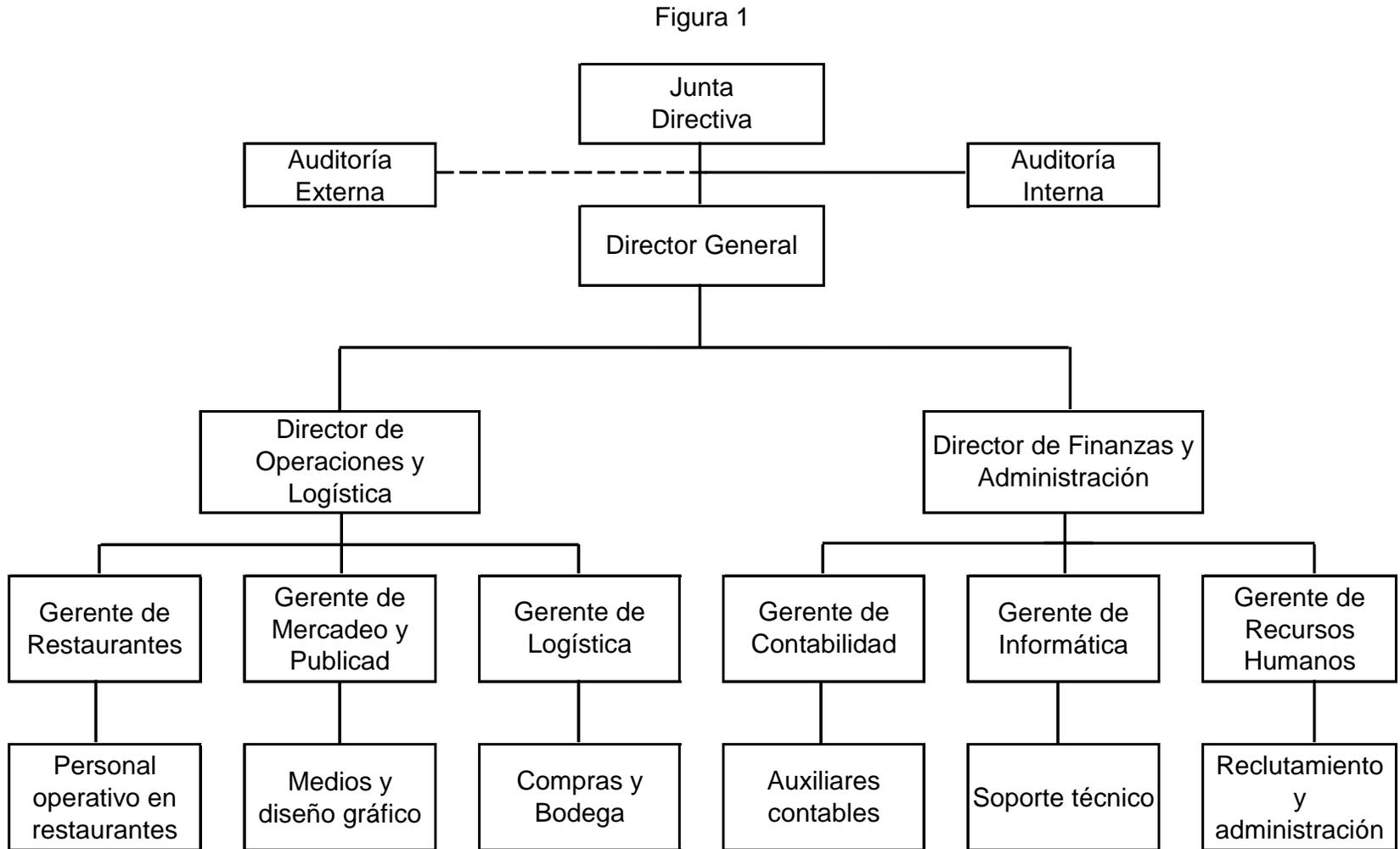
1.2.1 Estructura organizacional de las empresas de comida rápida

En una cadena de restaurantes de comida rápida organizada bajo la forma de sociedad anónima, la organización administrativa debe iniciarse con la creación de una Junta Directiva; quienes tendrán a su cargo la dirección del negocio y deberán ser designados por medio de escritura social o por la Asamblea General de Accionistas.

La Junta Directiva, deberá nombrar al Director General y la responsabilidad de éste será la coordinación del Director de Operaciones y Logística y del Director de Finanzas y Administración, quienes tendrán bajo su responsabilidad la coordinación de las Gerencias de restaurantes, mercadeo, logística, contabilidad, informática y recursos humanos.

La responsabilidad de cada gerencia radica en la coordinación de las operaciones de su área, en el personal operativo en restaurantes, compras y bodega, auxiliares contables, soporte técnico y reclutamiento y selección de personal.

A continuación se muestra el organigrama general de una empresa de comida rápida:



Fuente: Elaboración propia con base en análisis de estructuras organizacionales en restaurantes locales.

1.2.2 Procesos productivos de las empresas de comida rápida

El proceso productivo de una empresa de comida rápida es responsabilidad del director de operaciones y logística que involucra al personal de operaciones en restaurantes y bodega incluye gerentes, así también al personal de finanzas, y personal de auditoría interna.

El proceso productivo de una empresa de comida rápida inicia con el estimado en unidades de ventas diarias en cada restaurante, con base en este estimado se revisa el inventario de productos en bodega, así como el inventario final deseado para el día siguiente, con lo cual se determina las cantidades de materia prima a comprar.

Una empresa de comida rápida puede contar con inventario de materia prima que está conformado por productos secos y productos congelados, inventario de bebidas, así como inventario de material de empaque, entre otros.

El inventario de materia prima es el más delicado por la caducidad de los productos, en este inventario se debe tener el cuidado específico en cuanto a las cantidades necesarias para la venta y para las existencias en bodega. Forman parte de este inventario los productos crudos en su mayoría, que son los que necesitan un mayor grado de enfriamiento.

En el caso de las bebidas que generalmente forman parte del menú, en la mayoría de veces son gaseosas, no forman parte del proceso productivo.

En el caso del material de empaque es importante que sea el adecuado no solo en la calidad sino en la presentación, puesto que representa la imagen de la empresa.

Es importante que se cuente con un adecuado programa de inventarios, en donde se encuentren todos los productos que integran las diferentes materias primas y materiales en la bodega. Como parte del control interno, deben realizarse las conciliaciones entre lo que indica el sistema y las existencias físicas, es decir, el programa deberá estar configurado para que al seleccionar cada materia prima para elaborar una receta, se descargue del inventario.

Las recetas en una empresa de comida rápida es parte esencial para su elaboración, así como para la eficiencia en el proceso productivo, lo cual evita el desperdicio de materia prima. Las empresas de comida rápida deben resguardar con celo profesional cada una de sus recetas.

Las empresas de comida rápida deberán contar con lugares apropiados para el resguardo de su inventario, debe ser responsabilidad de la gerencia de cada restaurante cumplir con los procedimientos establecidos para el control de los productos. Auditoría interna revisará periódicamente el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos.

Es muy importante que se cuente con los procedimientos apropiados para el manejo del inventario, el manejo del producto a destruir y la asignación de responsabilidades al personal por sobrantes y faltantes, accesos restringidos a bodega, entre otros.

Dentro de los procedimientos que debe efectuar una empresa de comida rápida para el control de sus inventarios, como se mencionó anteriormente, se encuentra la toma física de inventario. El control interno conlleva la responsabilidad de realizar conteos diarios, tanto del producto en bodega como del producto elaborado y que no se vendió.

A nivel de sistemas, el programa que se utilice en los restaurantes, debe estar en sintonía desde que se cargue el inventario hasta que se carguen los pedidos de cada cliente y que tome las cantidades para cada receta del menú seleccionado.

1.2.3 Crecimiento económico de las empresas de comida rápida

De acuerdo al estudio realizado en el año 2011 por la EAE Business School (Escuela de negocios en España), se resumen los datos importantes para las empresas de comida rápida a nivel mundial.

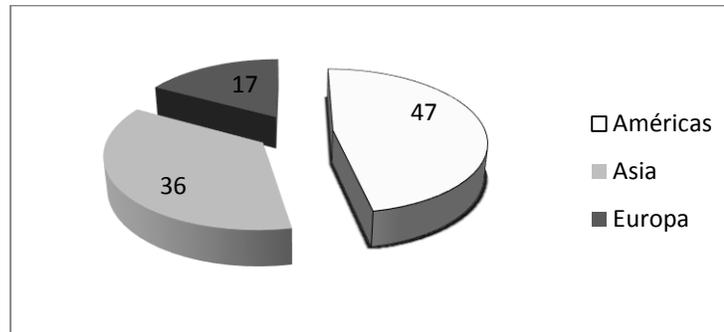
“El tamaño del mercado de comida rápida en el mundo en el 2009 fue de 144.600 millones de euros. Esto supone un crecimiento superior al 20% desde el año 2005, cuando el tamaño de este mercado era de 119.800 millones de euros.

El crecimiento medio anual en estos años ha sido del 4,8%, algo muy a tener en cuenta tanto por las empresas del sector, como por aquellos emprendedores que se planteen abrir una franquicia relacionada con la restauración.

América es el continente en el que con mucha diferencia se gasta más en comida rápida ya que concentra el 47% del consumo global. Asia supone un 36% mientras que Europa ostenta apenas el 17% del consumo de este tipo de comida”. (28:5)

A continuación se muestra la distribución de comida rápida en el mundo:

Figura 2



Fuente: Elaboración propia con base en información consultada en documental de la escuela de negocios de España.

Estas empresas de restaurantes se caracterizan por la continua implementación de estrategias agresivas en mejora de la gestión gerencial que realizan los colaboradores, en el servicio al cliente, puesto que el servicio es la mejor estrategia de ventas, así como las líneas de nuevos servicios a disposición de sus clientes. Debido a que es un sector relativamente equilibrado y por lo tanto la rivalidad por sobresalir y ser líder es muy fuerte, esto se ve reflejado en las constantes ofertas, promociones y combos, enfocados a incentivar el consumo de los productos y la lealtad entre los consumidores de comida rápida.

“De acuerdo a información de la Gremial de Restaurantes, en los últimos cinco años las ventas del sector restaurante ha acumulado un crecimiento del 54 por ciento al pasar los Q10 mil 881 millones en 2006 a Q16 mil 800 millones para el año 2011, ya que las ventas alcanzadas durante el primer trimestre del año 2011 creció de un 4 a un 6 por ciento.

Así mismo, el crecimiento económico se ha visto en Guatemala con la apertura de nuevas cadenas de restaurantes, por ejemplo el Pollo Pinulito que cuenta con

más de 120 restaurantes a nivel nacional, se han unido a Guatemala las nuevas cadenas a través de franquicias como Ihop, Italianis y Starbucks”. (34:2)

Esto es motivador para la economía guatemalteca y para esta industria, ya que el hecho de que estén invirtiendo en Guatemala apunta a que hay mayor estabilidad económica, las remesas están aumentando y ven población potencial que consume.

“De acuerdo a publicación de El Periódico en julio del 2011, la apertura de 12 nuevos restaurantes en Guatemala son indicadores modestamente buenos, la economía está repuntando aunque no en su totalidad, donde el 4.2 por ciento son cadenas de comidas rápidas, 79.4 por ciento restaurantes formales y el 16.4 por ciento son ventas de comida”. (35:1)

Esto da una idea de que el mercado en comida rápida en Guatemala se encuentra en una etapa de crecimiento sostenido, es un mercado con alto potencial de desarrollo y crecimiento en sus ventas con buenas estrategias de marketing, así como a la apertura hacia un nuevo canal de comunicación como lo es la web y el comercio electrónico.

1.2.4 Empresas de comida rápida y su incursión en el comercio electrónico

El comercio electrónico se define como el conjunto de actividades económicas o negocios a través de redes de telecomunicaciones basándose en la transmisión electrónica de datos; es decir, es la posibilidad de realizar negocios comerciales a través de medios electrónicos.

También se define como la oferta y la demanda de productos y servicios a través de la red, en este caso a través de internet.

El comercio electrónico ha tomado auge a nivel mundial principalmente por los cambios y avances en la tecnología, por la necesidad de contar con información en poco tiempo y con servicio de calidad. El comercio electrónico surge como prueba de la revolución que provocó el internet.

Los negocios a través del comercio electrónico, incursionan en el desarrollo de nuevos mercados intangibles, de fácil acceso para los usuarios, como un servicio extra con visión a explotarlo al máximo de acuerdo a los potenciales clientes usuarios del ciberespacio.

“Los restaurantes de comida rápida no son la excepción a quedarse fuera del auge del comercio electrónico. Las primeras empresas que se han lanzado a la aventura de ventas por internet, fueron Pizza Hut, en Estados Unidos, como lo anunció el sitio web BusinessWire.com el 5 de junio del año 2007”. (32:1)

“En los últimos 5 años se han establecido estrategias, actualizando los procesos en las ventas por medio de la Web, desde únicamente crear un portal y utilizarlo como publicidad, hasta el hecho de tomar pedidos y vender por medio del portal.

Se han observado en varios países, por ejemplo, en España con el sitio web eltenedor.es y Colombia con el sitio www.mesafija.com, la utilización de sitios web que se dedican a la centralización de pedidos de varios restaurantes, así como la reservación de mesa. Estas ideas nacieron en el año 2012, como otro servicio que ofrece el comercio electrónico en el área de venta de comida”. (44:2)

Guatemala no es la excepción en incursionar en el comercio electrónico, las ventas por este medio se han incrementado desde el año 2007, esto se debe a factores como el crecimiento económico, los avances en la tecnología, la

facilidad en la adquisición de tarjetas de crédito, cambios en el comportamiento del consumidor al verse influido por el uso de redes sociales.

“Según estudio de la Confederación Latinoamericana Couriers, Guatemala pagó durante el año 2014 Q700,000,000.00 en compras por Internet en un promedio de medio millón de personas.

Dentro de los países a los cuales compran se encuentran: Estados Unidos, China y el continente de Europa. Los principales productos en los cuales gastaron, fue en electrónicos, ropa, zapatos, accesorios, juguetes y aparatos de música”. (31:6)

“Así también las estadísticas de consumo con Master Card, que muestra el estudio de iLifebelt América Central (Firma orientada a la innovación en publicidad), es que un 9% de guatemaltecos realizan el pago de sus servicios a través de la banca virtual, lo cual colabora en la generación de confianza en la utilización de estos medios electrónicos, ya sea a través de una computadora o un teléfono celular”. (44:8)

En el área de comida rápida, se puede comprobar que los restaurantes cuentan con sitios web, en los cuales se puede apreciar desde sus ubicaciones físicas, así como el menú, servicios que ofrecen y en algunos casos la recepción de pedidos.

1.3 Proceso contable de las empresas de comida rápida

En cada empresa es elemental contar, conocer y aplicar un adecuado proceso contable para las operaciones financieras que realicen.

El proceso contable puede definirse como la secuencia de pasos ordenados que son repetitivos en una frecuencia de tiempo, en los cuales se registran las operaciones financieras y contables de una entidad, con el objetivo de llevar el control en los ingresos, costos, gastos y resultados de operación, así como en los bienes y derechos, y obligaciones por pagar de la misma.

En las empresas de comida rápida es elemental que así como se deben tener los procedimientos de logística y procedimientos en inventarios, también se tenga el proceso contable adecuado, con las responsabilidades asignadas al personal involucrado, ya que la contabilidad corresponde efectuarla al departamento de finanzas, sin embargo todas las operaciones que realice la empresa de comida rápida tienen relación con la contabilidad.

1.3.1 Estructura de un sistema contable para restaurantes

Para que el proceso contable funcione con éxito, es indispensable que la entidad cuente con una estructura adecuada de un sistema contable, es decir que enlace un sistema de registro de cada transacción a través de un catálogo de cuentas definido de acuerdo a su operación y actividad comercial.

Para un restaurante, la estructura del sistema contable debe de estar definida a manera que facilite los registros y el control de sus operaciones, es decir, debe de adecuarse a cada área de los estados financieros que se presentarán en determinado tiempo, ya que ello permitirá que la información presentada ayude en la toma de decisiones comerciales y financieras.

Dentro de una estructura contable deben de considerarse ciertos aspectos que son de suma importancia, para llevar el control adecuado:

- a) Registro de la actividad financiera: se debe de llevar un registro sistemático de la actividad comercial del restaurante, es decir, los registros diarios de la actividad diaria de su movimiento económico. En una empresa se llevan a cabo un sinnúmero de transacciones monetarias, las cuales deben de registrarse en los libros contables. Los registros en libros generalmente corresponden a transacciones ya ocurridas.

- b) Calificación de la información: al realizar un registro completo de todas las actividades comerciales de una empresa, se involucran gran cantidad de datos en tamaño y de diverso origen, esto sirve de base para que los involucrados tomen decisiones al momento de su revisión. Sin embargo, es necesaria que toda esta información sea clasificada en los segmentos que se consideren necesarios y actualizados, para que el manejo de la información sea viable y fácil de manejar.

- c) Resumen de la información: la información procesada debe de clasificarse o agruparse a manera que muestre lo más relevante y resumido, esto quiere decir que el proceso contable va de lo más general hasta lo más específico, con base a los requerimientos de las gerencias por las necesidades en la toma de decisiones.

El proceso contable involucra no solo el registro de todas las operaciones, si no requiere de comunicación entre los interesados de la información. Un sistema contable integrado y completo, debe de proporcionar la información que sea posible de analizar tanto al persona interno de la empresa como a terceros que presenten intereses para la compañía.

En un restaurante es importante considerar que la estructura debe de estar diseñada para el control de los rubros de inventarios, costos e ingresos con la facturación, así también en el control de la planilla de empleados, si el

restaurante tendrá sucursales, debe de ser un sistema en línea, que permita registrar, consultar y actualizar la información frecuente y automáticamente.

1.3.2 Catálogo de cuentas para una empresa de comida rápida

Un catálogo de cuentas es una lista que enumera por código numérico y por nombre a las cuentas que se utilizarán en un sistema contable, para el registro ordenado y sistemático de las operaciones de una entidad.

También puede considerarse al catálogo de cuentas como la guía para la consolidación de las operaciones cronológicas de una entidad, que permita reflejar la información de su situación financiera a determinada fecha.

El catálogo de cuentas debe de responder a los lineamientos particulares de cada entidad, sin embargo también se deben de considerar las normas técnicas aplicables a la entidad, para que al generar la información financiera se cumplan con los requisitos de registro así como con la presentación adecuada.

Para las empresas de comida rápida, el catálogo de cuentas puede ser tan extenso y detallado como se requiera, pero debe de permitir poder segmentar la información cuando se necesite, esto se logra a través de un adecuado sistema contable así como del adecuado registro de cada transacción desde los diferentes módulos interrelacionados.

El catálogo de cuentas puede dividirse en varias secciones, tomando como referencia los estados financieros: estado de situación patrimonial, estado de resultados, estado de cambios en el patrimonio neto y estado de flujos de efectivo.

Generalmente se inicia con el estado de situación patrimonial, desde el activo hasta el patrimonio, continuando con el estado de resultados que va desde los ingresos hasta gastos y productos financieros.

Un catálogo de cuentas debe de incluir el código que se utilizará, el nombre de la cuenta, su naturaleza, el estado financiero al que pertenece, así como una breve descripción de su función. Con ello se logra que su utilización sea óptima y lleve al resultado esperado.

1.3.2.1 Elaboración del catálogo de cuentas para una empresa de comida rápida

El primer paso en la elaboración de catálogo de cuentas, es tomar en consideración los elementos que conllevan, así como una breve descripción de los mismos.

- a) Estructura del catálogo: es la forma en la que está integrada el catálogo de cuentas, generalmente se conforma de cuatro niveles que son código, rubro, cuenta y subcuenta. Es importante que la estructura se defina adecuadamente, esto no quiere decir que no sea flexible, ya que si es necesario modificar o adaptar de acuerdo al giro que presente la empresa, la estructura debe de permitir esos cambios.
- b) Rubro: corresponde a la clasificación de cada sección del catálogo, es decir, las subdivisiones que debe de llevar el catálogo, por ejemplo, activo corriente, activo no corriente, otros activos, pasivo corriente, pasivo no corriente, patrimonio, ingresos, costos, gastos de operación, gastos y productos financieros.

- c) Código: es la asignación de números a cada cuenta contable que se cree, a través de estos números se establecen los parámetros entre cada división del catálogo de cuentas.
- d) Cuentas: es el nombre que se le da a cada uno de los códigos que conforman el catálogo y que forman parte de los estados financieros
- e) Subcuenta: es el nombre que se les da a las cuentas que sirven para indicar que en ellas se registrará el movimiento de las operaciones.

Con la codificación numérica que es más ordenada, es importante que se conozcan las subdivisiones, por ejemplo, un dígito sirve para identificar la cuenta principal del estado financiero y que se cataloga como matriz; de dos a 4 dígitos hacen referencia a los grupos de cuentas en corriente, no corriente; cinco dígitos delimita los centros de costos y hasta diez dígitos incluso clasifica a las cuentas de movimiento que son las cuentas que incluyen el movimiento de todos los registros en la operación.

- f) Ejemplo de catálogo de cuentas: a continuación se detalla un ejemplo de catálogo de cuentas, mostrando el nivel del código, así como al estado financiero al que pertenece, la naturaleza de la cuenta y es estatus indicando si es una cuenta matriz o de movimiento.

Tabla No 1

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA				
CATÁLOGO DE CUENTAS CONTABLES				
Código	Nombre	Estado financiero	Estatus	Naturaleza
1	Activo	Situación Financiera	Matriz	Deudor
11	Corriente	Situación Financiera	Matriz	Deudor
1101	Disponible	Situación Financiera	Matriz	Deudor
110101	Caja y bancos	Situación Financiera	Matriz	Deudor
11010101	Caja Chica	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
11010102	Banco monetario Q	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
11010103	Banco monetario \$	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
11010104	Banco ahorro Q	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
1102	Exigible	Situación Financiera	Matriz	Deudor
110201	Cuentas por cobrar	Situación Financiera	Matriz	Deudor
11020101	Clientes	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
11020102	Estimación para cuentas incobrables	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
11020103	Liquidación TC por cobrar	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
1103	Realizable	Situación Financiera	Matriz	Deudor
110301	Inventario	Situación Financiera	Matriz	Deudor
11030101	Inventario de materia prima	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
11030102	Inventario de materiales	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12	No corriente	Situación Financiera	Matriz	Deudor
1201	Propiedades, planta y equipo	Situación Financiera	Matriz	Deudor
120101	Propiedades, planta y equipo	Situación Financiera	Matriz	Deudor
12010101	Inmueble	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12010102	Dep. Acum. Inmueble	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12010103	Mobiliario y equipo	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12010104	Dep. Acum. Mob y Equipo	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12010105	Maquinaria de cocina	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12010106	Dep. Acum. Maquinaria de cocina	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12010107	Equipo de Cómputo	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12010108	Dep. Acum. Equipo de Cómputo	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12010109	Software de computación	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12010110	Dep. Acum. Software de computación	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12010111	Vehículos	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12010112	Dep. Acum. Vehículos	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
1202	Activos intangibles	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
120201	Activos intangibles	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12020101	Marcas y patentes	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12020102	Amort. Acum Marcas y Patentes	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12020103	Programas informáticos	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12020104	Amor. Acum. Programas informáticos	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
12020105	Sitios web	Situación Financiera	Movimiento	Deudor
12020106	Amort. Acum. Sitios web	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
1203	Otros activos	Situación Financiera	Matriz	Deudor
120301	Gastos anticipados	Situación Financiera	Matriz	Deudor
12030101	Anticipo a proveedores	Situación Financiera	Movimiento	Deudor

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA CATÁLOGO DE CUENTAS CONTABLES				
Código	Nombre	Estado financiero	Estatus	Naturaleza
2	Pasivo	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
21	Corriente	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
2101	Cuentas por pagar corto plazo	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
210101	Cuentas por pagar	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
21010101	Proveedores	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
21010102	Impuestos por pagar	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
21010103	Sobregiros bancarios	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
210102	Beneficios a los empleados CP	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
21010201	Bono 14 por pagar	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
21010202	Aguinaldo por pagar	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
21010203	Sueldos por pagar	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
22	No corriente	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
2201	Cuentas a largo plazo	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
220101	Préstamos bancarios	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
22010101	Préstamo banco x	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
220102	Beneficios a los empleados LP	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
22010201	Provisión para indemnizaciones	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
220203	Otras cuentas por pagar a largo plazo	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
22020301	Anticipos recibidos	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
3	Patrimonio	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
31	Patrimonio	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
3101	Capital	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
310101	Capital	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
31010101	Capital autorizado	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
31010102	Aportes a capital	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
3102	Resultados	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
310201	Ganancias	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
31020101	Ganancias acumuladas	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
31020102	Ganancia del ejercicio	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
310202	Pérdidas	Situación Financiera	Matriz	Acreedor
31020202	Pérdidas acumuladas	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
31020203	Pérdida del período	Situación Financiera	Movimiento	Acreedor
4	Ingresos	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
41	Ingresos	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
4101	Ingresos	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
410101	Ventas en restaurantes	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
41010101	Venta de comida	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
41010102	Venta de bebidas	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
41010103	Faltantes sobrantes	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
410102	Ventas a domicilio (teléfono)	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
41010201	Venta de comida	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
41010202	Venta de bebidas	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
41010203	Faltantes sobrantes	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA				
CATÁLOGO DE CUENTAS CONTABLES				
Código	Nombre	Estado financiero	Estatus	Naturaleza
4	Ingresos	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
41	Ingresos	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
4101	Ingresos	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
410102	Ventas a domicilio (sitio web)	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
41010201	Venta de comida	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
41010202	Venta de bebidas	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
41010203	Faltantes sobrantes	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
5	Costos	Estado de resultados	Matriz	Deudor
51	Costos	Estado de resultados	Matriz	Deudor
5101	Costo de producción	Estado de resultados	Matriz	Deudor
510101	Compra de materia prima	Estado de resultados	Matriz	Deudor
51010101	Alimentos crudos secos	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010102	Alimentos crudos refrigerados	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010103	Alimentos preparados envasados	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010104	Bebidas	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010105	Material de empaque	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
510102	Mano de obra directa	Estado de resultados	Matriz	Deudor
51010201	Sueldos cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010202	Bonificación Incentivo Dto. 37-2001	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010203	Cuotas patronales cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010204	Bono 14 cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010205	Aguinaldo Cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010206	Vacaciones Cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010207	Indemnizaciones cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
510103	Gastos indirectos	Estado de resultados	Matriz	Deudor
51010301	Energía eléctrica cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010302	Agua potable cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010303	Alquiler local cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010304	Depreciaciones Maquinaria cocina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010305	Depreciaciones Equipo de cómputo	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010306	Amort programas de computación	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
51010307	Insumos de limpieza y utensilios	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
510104	Costo de ventas	Estado de resultados	Matriz	Deudor
51010401	Costo de ventas	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
6	Gastos de operación	Estado de resultados	Matriz	Deudor
61	Gastos de operación	Estado de resultados	Matriz	Deudor
6101	Gastos de operación	Estado de resultados	Matriz	Deudor
610101	Gastos de administración	Estado de resultados	Matriz	Deudor
61010101	Sueldos	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010102	Prestaciones laborales	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010103	Alquileres	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010104	Depreciaciones	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010105	Amort. Programas de computación	Estado de resultados	Movimiento	Deudor

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA CATÁLOGO DE CUENTAS CONTABLES				
Código	Nombre	Estado financiero	Estatus	Naturaleza
6	Gastos de operación	Estado de resultados	Matriz	Deudor
61	Gastos de operación	Estado de resultados	Matriz	Deudor
6101	Gastos de operación	Estado de resultados	Matriz	Deudor
610101	Gastos de administración	Estado de resultados	Matriz	Deudor
61010106	Honorarios profesionales	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010107	Mantenimiento y reparaciones	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010108	Suministros de limpieza y cafetería	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010109	Suministros de oficina	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010110	Atención a empleados	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
610102	Gastos de Venta	Estado de resultados	Matriz	Deudor
61010201	Sueldos	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010202	Prestaciones laborales	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010203	Alquileres	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010204	Depreciaciones	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010205	Amortizaciones Marcas y patentes	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010206	Amort Programas de computación	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010207	Amortizaciones Sitios web	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010208	Atención a clientes	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010209	Publicidad y propaganda	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010210	Combustible	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010211	Viáticos	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
61010212	Atención a empleados	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
7	Gastos financieros	Estado de resultados	Matriz	Deudor
71	Gastos financieros	Estado de resultados	Matriz	Deudor
7101	Gastos financieros	Estado de resultados	Matriz	Deudor
710101	Gastos financieros	Estado de resultados	Matriz	Deudor
71010101	Intereses bancarios	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
71010102	Comisiones bancarias	Estado de resultados	Movimiento	Deudor
8	Productos financieros	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
81	Productos financieros	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
8101	Productos financieros	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
810101	Productos financieros	Estado de resultados	Matriz	Acreedor
81010101	Intereres percibidos	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor
81010102	Devoluciones recibidas	Estado de resultados	Movimiento	Acreedor

Fuente: Elaboración propia, con base en investigaciones y experiencias laborales

1.3.3 Información financiera a presentar

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) fue establecido en el año 2001 como parte de la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (Fundación IASC).

Dentro de los objetivos de estas entidades se encuentran:

- a) Desarrollar un conjunto de normas contables que sean de aplicación global y de fácil manejo e interpretación en relación a la información que contienen, para que sean de ayuda en la toma de decisiones a los usuarios de los mismos.
- b) Unificar las normas contables nacionales de cada país con las Normas Internacionales de Contabilidad y las Normas Internacionales de Información Financiera, que promuevan soluciones.

Por medio del desarrollo, publicación y aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera en los estados financieros de las entidades, el IASB logra alcanzar sus objetivos.

“Las Normas Internacionales de Información Financiera están diseñadas para aplicarlas a los estados financieros con propósito de información general, así como en otra información financiera, a través de los cuales se brinda información financiera útil sobre la situación y rendimiento de una entidad lucrativa” (19:13)

El IASB considera apropiado crear normas separadas dirigidas a entidades medianas y pequeñas, debido a que en varios países se han diseñado definiciones propias para este tipo de empresas que involucran conceptos financieros en donde se aplica un criterio.

Generalmente las Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES), elaboran estados financieros para el uso de sus gerentes o para asuntos de requerimiento tributario.

Las pequeñas y medianas entidades son consideradas como aquellas que no tienen obligación pública de rendir cuentas y que publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos como acreedores, entidades de préstamos o aquellos que no estén implicados con la gestión de la entidad.

Para catalogar si una entidad es considerada como mediana o pequeña, deben de tomarse ciertos aspectos, por ejemplo si es una entidad pública, si el tamaño es grande en términos de activos, ingresos, número de empleados o cualquier término en que se quiera medir. La NIIF para las PYMES deja a criterio de cada jurisdicción el definir qué entidades, qué tamaño y a partir de qué fecha.

“Para el caso de Guatemala, el 29 de junio del año 2010 se realizó una Asamblea General Extraordinaria del Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala, en donde se resolvió adoptar las NIIF para las PYMES como parte de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados al que hace referencia el Código de Comercio de Guatemala, Decreto Ley 2-70. Su aplicación es obligatoria a partir de 1 de enero del año 2011 y permite su aplicación retroactiva”. (40:1)

Es difícil y complejo definir con exactitud a una micro, pequeña y/o mediana empresa. En Guatemala se tiene información de la clasificación de acuerdo a parámetros como el número de empleados, constitución patrimonial, la tecnología que utiliza, capacidad gerencial, de acuerdo a fuentes como el Ministerio de Economía o Intecap.

“De acuerdo a estadísticas presentadas por Asopyme (Asociación de pequeñas y medianas empresas) en su informe Lineamientos de política económica, social y de seguridad 2012-2012, se estima que en Guatemala, aproximadamente el 40% del PIB y el 85% de los empleos son generados por las Pymes y se considera que cerca del 80% de la PEA se encuentra dentro de este sector”.
(31:18)

Basados en los preceptos anteriores, dentro de las Pymes se clasifican las empresas de comida rápida, quienes de acuerdo a contabilidad con base a NIIF para las Pymes, deben de presentar información financiera que incluya un conjunto completo de estados financieros:

- a) Estado de situación financiera o estado de posición financiera: en este estado financiero se presentan los activos, pasivos y patrimonio de la entidad, a una fecha específica.

A continuación se presenta a manera de ejemplo un estado de situación financiera, comparativo, las cifras expresadas son a manera de ilustrar.

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015
(Expresado en Quetzales)

ACTIVO	2015	2014
CORRIENTE:		
Efectivo	1,821,784	1,823,205
Cuentas por cobrar comerciales y otras	<u>10,560,549</u>	<u>8,996,243</u>
Total activo corriente	12,382,333	10,819,448
NO CORRIENTE:		
Propiedad, mobiliario y equipo - Neto	<u>94,487,386</u>	<u>93,147,415</u>
TOTAL	<u><u>106,869,719</u></u>	<u><u>103,966,863</u></u>
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO		
CORRIENTE:		
Cuentas por pagar comerciales	1,395,992	2,610,595
Gastos acumulados por pagar	<u>1,145,405</u>	<u>1,580,865</u>
Total pasivo corriente	2,541,397	4,191,459
NO CORRIENTE:		
Préstamos por pagar a largo plazo	<u>48,020,784</u>	<u>43,254,180</u>
Total pasivo	<u>50,562,181</u>	<u>47,445,639</u>
PATRIMONIO:		
Capital social pagado	54,274,128	54,274,128
Utilidades retenidas	<u>2,033,410</u>	<u>2,247,096</u>
Total patrimonio	<u>56,307,538</u>	<u>56,521,224</u>
TOTAL	<u><u>106,869,719</u></u>	<u><u>103,966,863</u></u>

- b) Un solo estado de resultados integral o un estado de resultados separado y un estado del resultado integral separado: en este estado financiero se presenta el rendimiento financiero de la entidad por el período que informa. La norma permite dos estados de resultados dejando a criterio de la entidad su presentación, la diferencia entre uno y otro radica en que en el estado de resultados separado únicamente incluirá las partidas de ingreso y egreso de un período, mostrando por aparte en otro estado el movimiento y cambios del patrimonio.

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA

ESTADO DE RESULTADOS PARA EL AÑO QUE TERMINA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

Clasificación de gastos por función

(Expresado en Quetzales)

	2015	2014
VENTAS NETAS	15,118,703	14,606,833
COSTO DE VENTAS	<u>8,061,726</u>	<u>7,547,040</u>
UTILIDAD BRUTA	<u>7,056,977</u>	<u>7,059,793</u>
GASTOS DE OPERACIÓN:		
Gastos de venta	123,546	119,492
Gastos de administración	<u>285,370</u>	<u>248,532</u>
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	<u>408,916</u>	<u>368,024</u>
UTILIDAD EN OPERACIÓN	6,648,061	6,691,769
OTROS INGRESOS	160,549	144,494
OTROS GASTOS	<u>(4,127,920)</u>	<u>(4,006,615)</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	2,680,690	2,829,648
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	<u>(755,935)</u>	<u>(680,342)</u>
UTILIDAD NETA DEL AÑO	<u><u>1,924,755</u></u>	<u><u>2,149,306</u></u>

Es decir, la entidad puede tener obligación de presentar estado del resultado integral cuando sea una entidad pública. La norma permite dos formas de presentación del desglose de los gastos, los cuales pueden ser por su función (distribución en los centros de costos de la empresa) o por su naturaleza (no se distribuyen).

A continuación se presenta ejemplo de estado de resultados por su naturaleza:

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA

ESTADO DE RESULTADOS PARA EL AÑO QUE TERMINA AL 31 DE DICIEMBRE 2015

Clasificación de gastos por naturaleza

(Expresado en Quetzales)

	2015	2014
VENTAS NETAS	15,118,703	14,606,833
OTROS INGRESOS	160,549	144,494
CONSUMO MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES	(8,061,726)	(7,547,040)
SALARIOS Y BENEFICIOS EMPLEADOS	(181,847)	(163,662)
DEPRECIACIONES	(94,300)	(84,870)
PUBLICIDAD	(75,987)	(68,388)
ATENCIÓN CLIENTES	(56,782)	(51,104)
GASTOS FINANCIEROS	(3,956,786)	(3,852,594)
OTROS GASTOS	<u>(171,134)</u>	<u>(154,021)</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	2,680,690	2,829,648
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	<u>(755,935)</u>	<u>(680,342)</u>
UTILIDAD NETA DEL AÑO	<u><u>1,924,755</u></u>	<u><u>2,149,306.5</u></u>
GANANCIAS ACUMULADAS AL INICIO DEL AÑO	2,247,096	2,022,386
DIVIDENDOS	<u>(2,138,441)</u>	<u>(1,924,597)</u>
GANANCIAS ACUMULADAS AL FINAL DEL AÑO	<u><u>2,033,410</u></u>	<u><u>2,247,096</u></u>

- c) Estado de cambios en el patrimonio neto para el período de presentación del reporte: en este estado la entidad presenta los cambios que haya tenido el patrimonio ya sea por el resultado del período, pago de dividendos, ajustes por cambios en políticas contables o importes en inversiones realizadas.

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO POR EL AÑO QUE TERMINA AL 31 DE DICIEMBRE 2015

(Expresado en Quetzales)

	Capital Social Pagado	Utilidades Retenidas	Total Patrimonio
Saldos iniciales	54,274,128	2,247,096	56,521,224
Dividendos decretados		(2,138,441)	(2,138,441)
Utilidad neta del año		1,924,755	1,924,755
Reserva legal			-
Saldos finales	<u>54,274,128</u>	<u>2,033,410</u>	<u>56,307,538</u>

- d) Estado de flujos de efectivo para el período de presentación del reporte: en este estado se presentan los cambios en el efectivo y equivalentes de efectivo, clasificando los cambios según su procedencia en actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiamiento.

EJEMPLO, SOCIEDAD ANÓNIMA

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PARA EL AÑO QUE TERMINA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

(Expresado en Quetzales)

	2015	2014
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:		
Utilidad neta del año	1,924,755	2,149,307
Ajustes por:		
Depreciaciones y amortizaciones	5,176,355	4,658,720
Cambios netos en activos y pasivos:		
Cuentas por cobrar comerciales y otros	1,564,306	1,407,875
Inventarios		
Gastos anticipados	116,225	104,603
Cuentas por pagar comerciales y otras	55,341	49,807
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	<u>8,836,982</u>	<u>8,370,311</u>
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Activos fijos	<u>(1,339,971)</u>	<u>(1,205,974)</u>
Flujos netos de efectivo usados en actividades de inversión	<u>(1,339,971)</u>	<u>(1,205,974)</u>
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:		
Obligaciones a largo plazo	(7,500,000)	(6,750,000)
Patrimonio de los accionistas	1,568	1,411
Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiamiento	<u>(7,498,432)</u>	<u>(6,748,589)</u>
DISMINUCIÓN NETA EN EFECTIVO	(1,421)	415,748
EFFECTIVO AL INICIO DEL AÑO	<u>1,823,205</u>	<u>1,407,457</u>
EFFECTIVO AL FINAL DEL AÑO	<u>1,821,784</u>	<u>1,823,205</u>
INFORMACIÓN FINANCIERA COMPLEMENTARIA		
Pagos efectuados durante el año por:		
Impuesto sobre la renta	<u>755,935</u>	<u>680,342</u>
Impuesto de Solidaridad		
Intereses pagados	<u>4,077,675</u>	<u>3,669,908</u>
Intereses ganados	<u>8,160</u>	<u>7,344</u>

- e) Notas a los estados financieros que comprenden el resumen de las políticas de contabilidad y el detalle explicativo de las cuentas más importantes y relevantes o cambios que haya habido en el período que se informa.

Al indicar que es el conjunto completo de estados financieros, se requiere que la empresa presente dos años como mínimo de información para hacerlos comparativos.

1.4 Regulaciones o disposiciones legales para una empresa de comida rápida

La legislación en Guatemala permite que una empresa opere bajo la figura de persona individual o bajo la figura de persona jurídica. Al encontrarse bajo la figura de persona jurídica, una empresa está sujeta a todas las leyes que puedan aplicarle de acuerdo al giro del negocio.

Para el caso de las empresas de comida rápida, se describe la legislación que le aplica, iniciando en el orden jerárquico debido.

1.4.1 Constitución política de la república de Guatemala y sus reformas

Es la máxima Ley en Guatemala, en ella se plasman las regulaciones que competen y aplican en Guatemala como nación, organismos de estado, familia, comercio, cultura, trabajo.

En ella se reconoce la libertad de industria, comercio y trabajo, salvo las que impongan las leyes por limitaciones económicas, fiscales, sociales o de interés social.

1.4.2 Decreto ley 2-70 del congreso de la república, código de comercio y sus reformas

En este decreto se regula de manera general a las empresas no solo en su constitución si no en la forma de administración, así también regula a comerciantes, auxiliares de comercio, empresas y establecimientos mercantiles así como sociedades.

Específicamente en el caso de sociedades, nos indica que son organizadas bajo forma mercantil, las siguientes:

- a) Sociedad colectiva
- b) Sociedad en comandita simple
- c) Sociedad de responsabilidad limitada
- d) Sociedad anónima
- e) Sociedad en comandita por acciones

1.4.3 Decreto ley 1441 del congreso de la república, código de trabajo y sus reformas

En este código se regulan los derechos y obligaciones tanto de patronos como de trabajadores, designando a las instituciones encargadas de velar y resolver los conflictos.

Derivado del código de trabajo, surgen los acuerdos gubernativos en donde cada año se fija un salario mínimo para cada trabajador, de acuerdo a las

actividades que realice, se clasifican en agrícolas y no agrícolas y de exportadoras y maquilas. Para el año 2015 el salario mínimo mensual fijado fue de Q2,394.40 más bonificación incentivo de Q250.00 para actividades no agrícolas y de Q2,200.95 más bonificación incentivo de Q250.00 para actividades de exportadoras y maquilas, según Acuerdo Gubernativo 470-2014.

1.4.4 Decreto ley 6-91 del congreso de la república, código tributario y sus reformas

En este código se regula la materia tributaria en general, es decir al sujeto pasivo que es la persona individual o jurídica en la obligación al cumplimiento de los impuestos a los que esté afecto. Entre ellos el IVA, ISR, ISO, entre otros.

Este código fue reformado con el Decreto Ley 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de actualización tributaria.

1.4.5 Decreto 27-92 del congreso de la república, ley del impuesto al valor agregado IVA y sus reformas

En este decreto se regula el impuesto al valor agregado, el cual se refiere al impuesto que se genera por la compra venta de bienes y servicios en el territorio nacional. La tasa actual de contribución es del 12% y debe de estar incluido en el precio al que se venda el bien o servicio.

Este decreto fue reformado por el decreto 4-2012 del Congreso de la República de Guatemala, Disposiciones para el fortalecimiento del sistema tributario y el combate a la defraudación y al contrabando.

1.4.6 Decreto 10-2012 del congreso de la república, ley de actualización tributaria y sus reformas

En este decreto se regula a las personas jurídicas e individuales que se encuentren amparadas según el código de comercio, que obtengan rentas por sus actividades.

La clasificación que describe respecto a los ingresos de los contribuyentes, es principalmente en: rentas de actividades lucrativas, rentas de capital y rentas del trabajo.

Las rentas de actividades lucrativas se refieren a todos los ingresos afectos que realice la entidad de acuerdo al giro normal de sus operaciones.

Las rentas de capital se refieren a todos los ingresos que obtienen las entidades que no corresponden a su giro principal, por ejemplo una entidad que se dedique a la venta de comida rápida, pero le alquila un local a otra entidad, el ingreso que obtenga por el alquiler es catalogado como renta de capital y debe de tratarse como tal para el pago del impuesto sobre la renta.

Las rentas de trabajo se refieren a las rentas que perciben los empleados en relación de dependencia en una entidad. Da las características así como los gastos que están permitidos deducir de las rentas que perciban.

Así también, este decreto describe los regímenes a los que se pueden inscribir ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), aquellas entidades con giros de actividades lucrativas como no lucrativas. Los regímenes actuales son:

- a) **Régimen opcional simplificado sobre ingresos de actividades lucrativas:** en éste régimen los contribuyentes tributan sobre sus ingresos obtenidos en forma mensual. La tasa impositiva es del 5% hasta un monto de Q30,000.00 mensuales y del 7% sobre el excedente a Q30,000.00 mensuales.
- b) **Régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas:** en este régimen los contribuyentes tributan sobre las utilidades que obtengan al final de cada período después de deducir de su renta bruta obtenida, los costos y gastos permitidos de acuerdo a esta norma, la tasa impositiva anual es del 25%. Dentro de este régimen se pueden realizar pagos anticipados al impuesto en cada trimestre, el contribuyente puede tributar trimestralmente ya sea sobre sus ingresos trimestrales aplicando el 8% y sobre ese resultado aplica la tasa del 25% sobre la utilidad trimestral que determinará después de restarle los costos y gastos permitidos elaborando un cierre trimestral y al resultado le aplicará la tasa del 25%.

Este decreto derogó al decreto 26-92 Ley del Impuesto Sobre la Renta.

1.4.7 Decreto 78-2008 del congreso de la república, ley del impuesto de solidaridad

En este decreto se regula la obligación de las empresas que realicen actividades mercantiles, de contribuir con un impuesto de solidaridad hacia el estado de Guatemala.

El tipo impositivo de este impuesto es del 1% sobre ingresos o sobre activos netos que las empresas obtengan al final de cada período. Este impuesto se paga en forma trimestral.

1.4.8 Decreto ley 78-89 del congreso de la república, ley de bonificación incentivo para el sector privado y sus reformas

En esta ley se indica que con el objeto de estimular y aumentar la productividad, se fija una tarifa mínima para los trabajadores de Q250.00 mensuales en concepto de bonificación incentivo.

Este decreto fue reformado por el decreto 37-2001.

1.4.9 Decreto 42-92 del congreso de la república, ley de bonificación anual para trabajadores del sector privado y público y sus reformas

En esta ley se establece con carácter de prestación laboral obligatoria para todo patrono, tanto para el sector privado como público, el pago a sus trabajadores de una bonificación anual equivalente a un sueldo mensual ordinario que devengue el empleado. Si la relación laboral fuere menor a un año, el cálculo se hace proporcional al tiempo laborado. Esta prestación se paga en julio de cada año.

1.4.10 Decreto 76-78 del congreso de la república, ley reguladora de la prestación del aguinaldo para los trabajadores del sector privado y sus reformas

En esta Ley se indica que todo patrono está obligado a otorgar anualmente a sus empleados una cuota equivalente a un salario mensual ordinario por sus servicios continuos o la parte proporcional en el año por el tiempo que lleve laborado. Esta prestación se paga en diciembre de cada año.

1.4.11 Decreto 295 del congreso de la república, ley orgánica del instituto guatemalteco de seguridad social (IGSS) y sus reformas

Es obligación de toda empresa que contrate los servicios de un mínimo de 3 empleados o más, retener a sus empleados la cuota laboral y pagar la cuota patronal correspondiente al seguro social de Guatemala.

El porcentaje a retener por cuota laboral es del 4.83% el cual está dividido en 1% para accidentes, 2% para enfermedad y maternidad y 1.83% vejez e invalidez.

El porcentaje que debe de pagar el patrono como cuota patronal está dividido en 3% para accidentes, 4% maternidad y enfermedad y 3.67 para vejez e invalidez.

1.4.12 Decreto 43-92 del congreso de la república, ley de creación del instituto de recreación de los trabajadores de la empresa privada guatemalteca (IRTRA) y sus reformas

Como su nombre lo indica, se regula la creación de un instituto de recreación para los trabajadores, el cual se sostiene de la contribución patronal de cada empresa.

La cuota es del 1% sobre sueldos pagados a sus empleados, en forma mensual.

1.4.13 Decreto 17-72 del congreso de la república, ley orgánica del instituto técnico de capacitación y productividad (INTECAP) y sus reformas

De igual manera, en este decreto se establece la contribución patronal hacia esta institución con el objeto de contribuir al mantenimiento de ésta institución.

La cuota es del 1% sobre sueldos pagados a sus empleados, en forma mensual.

1.4.14 Decreto 90-97 del congreso de la república, código de salud y sus reformas

En este decreto se regula lo relacionado a la salud sanitaria como salud del personal de este tipo de empresas.

Se les debe de extender una licencia sanitaria para que puedan operar, la cual tiene validez de cinco años la cual puede ser cancelada si así lo dispone el ministerio de salud al encontrar que la empresa se encuentra en malas condiciones y que no cumplen con lo requerido en este decreto; así también el patrono debe de acreditar de que sus trabajadores cuentan con buen estado de salud.

1.4.15 Otras leyes aplicables

De acuerdo al giro de negocio de las empresas de comida rápida, pueden estar sujetas a legislación turística, código de ética de turismo, código civil, código municipal, reglamentos internos, entre otras.

CAPÍTULO II

SITIOS WEB PARA EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA

2.1 Antecedentes

El desarrollo de la tecnología ha marcado los avances que se dan día a día en las comunicaciones y vemos como el internet ha venido a revolucionar las formas de comunicación principalmente en el ámbito comercial.

El internet permite acortar distancias, abrir el camino hacia nuevos conocimientos y culturas incluso interactuar en el ámbito comercial, generando nuevas formas de negocio y con ello abre nuevos campos de desarrollo profesional. Se escuchan nuevos términos, como por ejemplo: el e-commerce o comercio electrónico, sitios web y negocios en línea, los cuales surgen por el desarrollo del internet.

2.1.1 Historia del internet

“Se tienen datos que el internet se inició en los Estados Unidos de Norte América en 1969, como un proyecto militar. La agencia de proyectos de investigación avanzados de defensa (DARPA– Defense Advanced Research Projects Agency) desarrolló una red de computadoras llamada Arpanet para no centralizar los datos, lo cual permitió que cada estación de la red podía comunicarse con cualquier otra red por caminos diferentes, además presentaba una solución para cuando ocurrieran fallas técnicas que pudieran hacer que la red dejara de funcionar”. (39:3)

Los sitios originales que se pusieron en red fueron de bases militares, de universidades y de compañías con contratos del departamento de defensa.

Conforme creció el tamaño de la red, permitió que se volviera más accesible al público, esto provocó que se dividieran en dos redes separadas, el lado militar fue llamado Milnet y el lado educativo fue llamado Arpanet el cual se hizo más conocido como internet.

Internet es un conjunto de servicios distribuidos alrededor del mundo, a los que se puede acceder desde un computador que se encuentre conectado a una red desde cualquier parte del mundo.

Dentro de las conexiones a internet se encuentran desde las más económicas como es el uso de una línea telefónica hasta las más avanzadas tecnologías de comunicación como el Wireless o conexión inalámbrica satelital.

Los servicios más conocidos que brinda el internet son el correo electrónico (e-mail) y el World Wide Web (red informática mundial conocida simplemente como web). El correo electrónico es el equivalente a tener una casilla o apartado postal común, en el cual se puede recibir y enviar correo. La web equivale a una empresa en la que se puede poner a disposición pública servicios, productos y áreas de servicio al cliente, así como generar cualquier información relevante de la empresa, lo cual se realiza a través de sitios web.

“De acuerdo a entrevista de agosto 2014, realizada por Prensa Libre al Ing. Luis Furlán, en Guatemala se inició en 1990 cuando el Ing. Luis Furlan - quien es el administrador de los dominios GT que entrega la Universidad del Valle de Guatemala - instaló la primera red a través de una computadora, un módem y un teléfono, por sistema de fuente abierta que indica, es la tecnología más barata para Guatemala”. (43:1)

En dicha entrevista también se menciona que en Guatemala se utiliza el internet de segunda generación desde el año 2005 entre universidades y se estima que

en 5 ó 7 años el internet se convierta en internet comercial. Tomando como punto de partida que se incremente el uso de usuarios, ya que actualmente únicamente el 12% de la población cuenta con acceso a internet.

En este sentido, se puede decir que el internet es un fenómeno que está revolucionando las comunicaciones ampliando y cambiando sus canales, derribando barreras como distancias y tiempo.

2.1.2 Historia de los sitios web

“El origen de los sitios web hace referencia al año de 1989, en Europa, se tienen los datos de que el británico Tim Berners-Lee tuvo la idea de compartir información entre grupos de investigadores de gran tamaño localizados en varias partes del mundo, utilizando los elementos del hipertexto para alcanzar este objetivo.” (39:4)

El hipertexto es un texto con enlaces, es decir, un documento puede contener enlaces que hacen referencias a otras partes de otros documentos o a otras partes del mismo documento con la ventaja de poder regresar al punto original.

“El hipertexto ya existía desde el año 1945 en el sistema llamado Memex (de memory extender) que fue propuesto por Vannebar Bush, sin embargo fue acuñado por Ted Nelson en 1965.” (39:6)

Con el desarrollo del internet el hipertexto da un gran salto al ser el precursor en la idea que dio origen a la web, ya que un documento puede estar distribuido en distintas máquinas conectadas entre sí, podría estar distribuido en varios lugares de internet también.

2.2 Tipos de sitios web

Los sitios web se definen como un conjunto de páginas web accesibles desde internet mediante un navegador. El sitio web puede identificarse mediante una dirección URL (Uniform resource locator – localizador uniforme de recursos, por sus siglas en inglés).

Un navegador se refiere a una aplicación, software o programa que permite el acceso a la web a través de la visualización de información en páginas web. El enlace de una información en la misma página o hacia otra página, es lo que se denomina navegación en la red.

“Los navegadores más conocidos y utilizados son entre otros: Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla, Safari, Opera”. (36:2)

Una página web es un documento o información que se crea en formato HTML (HyperText Markup Languaje – lenguaje de marcas de hipertexto, por sus siglas en inglés), cada documento se adapta para que muestre e intercambie información que originalmente fue solo texto. Con la popularización del internet, se hace necesario y se ha incrementado que no solo sean textos, si no imágenes e información multimedia como videos, audio y animaciones.

Partiendo de las anteriores definiciones, se puede decir que los sitios web se clasifican en tres grupos:

- a) Por la visualización de su contenido
- b) Por la actualización de su contenido
- c) Por la actividad o fin principal del sitio

2.3 Sitios web de comercio electrónico

Este tipo de sitios web se dedican a comercializar productos y/o servicios, realizando la negociación de compra y venta a través de su mismo sitio.

La cantidad de comercio llevada electrónicamente se ha incrementado considerablemente, dentro de la variedad de operaciones que se realizan, se incluyen la compra venta de bienes, transferencia electrónica de datos, publicidad por internet, la administración de cadenas de suministros, procesamiento de transacciones en línea, así como el intercambio electrónico de datos.

La mayor parte de operaciones se centra en la compra venta de artículos y servicios entre personas y empresas, razones por las que deben de no pasar por alto características y aspectos para conocer este tipo de relaciones comerciales.

2.3.1 Características de los sitios web dedicados al comercio electrónico

Dentro de las características de los sitios web dedicados al comercio electrónico, de destaca que su accesibilidad se permite desde cualquier lugar, está disponible en el trabajo, hogar, lugares de estudio mediante acceso desde cualquier dispositivo móvil o computadora.

Es de considerar que rebasa los límites nacionales, ya que la tecnología permite un alcance global, poniendo en mesa el término Marketspace (espacio de mercado por sus siglas en inglés) el cual se refiere a que el sol no desaparece para los negocios virtuales, se encuentra disponible 365 días al año, 24 horas. Al encontrarse en un mercado global, provee de estándares universales, es decir

un mismo lenguaje que sea entendido por las diferentes culturas en el mundo, convirtiéndose así en una ventana para darse a conocer.

Permite también la interactividad como una nueva forma de relación y comunicación entre personas por medio de gráficos, textos, videos, haciendo partícipes a ambas partes.

La tecnología permite entre otras cosas, la interacción social, reducción de costos en comunicación, ofrece un nuevo modelo de negocios, ofrece información abundante así como precisa.

El uso de sitios web de comercio electrónico si bien es cierto no es determinante en los resultados económico de una empresa, su incursión está siendo cada día tomada en cuenta con aceleración, es decir, hay empresas que a través de los sitios web de comercio electrónico realizan transacciones como creación de canales nuevos de ventas y marketing, accesos a catálogos de productos, precios, soportes técnicos ininterrumpidos y venta directa e interactiva de productos a clientes.

En el caso específico de la venta de productos a través de sitios web de comercio electrónico, existen riesgos, ventajas y desventajas en la utilización del mismo y aunque es un nuevo sistema, se encuentra en uso y posibilidades inherentes de un crecimiento cada vez más rápido.

2.3.2 Tipos de comercio electrónico en sitios web.

Pueden mencionarse dentro de la era digital, a los siguientes:

- a) **E-Business:** es el término que se refiere al uso de plataformas electrónicas en el desarrollo de los negocios de una empresa, es decir al intercambio de

la información que se realiza por medios electrónicos y que se desarrollan entre empresas. “Empresas como Microsoft, Oracle y Cisco se gestionan prácticamente en su totalidad como e-business, permitiendo que los memorandos, facturas, proyectos de ingeniería, ventas e información queden plasmados en la red y ya no en papel”. (3:90)

- b) Comercio electrónico:** el comercio electrónico también es intercambio de información por medios electrónico, sin embargo se diferencia del e-business en que se refiere únicamente a los procesos de compra venta que se realizan por medios electrónicos.

“Dentro del comercio electrónico se dan las siguientes modalidades:

- **Destinado a consumidores:**

B2C (Business to Customer – entre empresas y consumidores) la modalidad más popular del comercio electrónico, puesto que se dedica a la venta de bienes y servicios a consumidores finales a través de empresas. Las principales categorías de compra online incluyen turismo, viajes, ropa, comida, salud, belleza, hardware, software, casa, jardín, equipos.

C2C (Customer to Customer – entre consumidores) gran parte del comercio y de la comunicación entre consumidores ocurre en Internet entre las partes interesadas y sobre una amplia gama de objetos y temas. Por ejemplo, eBay, Amazon.com, Auctions y otras páginas de subastas, ofrecen un mercado virtual muy popular para mostrar y vender cualquier cosa. La comunidad de eBay cuenta con 42 millones de usuarios registrados en todo el mundo”. En otros casos los negocios C2C conllevan también intercambio de información a través de foros o grupos que resulten de interés, en foros en el que el foro adopta la forma de una biblioteca. El comercio electrónico C2C supone que

el usuario y no sólo accede a información acerca de un producto, sino que cada vez más, son los propios usuarios los que la crean. Se unen a los grupos online que les interesan para compartir información, naciendo de esta forma el boca web que es como el de boca en boca donde las noticias vuelan y las malas aun más rápido.

- **Destinado a empresas:**

“B2B (Business to Business – entre empresas) el uso de esta modalidad de comercio electrónico busca que las empresas lleguen a más consumidores de forma más efectiva y así conseguir procesos de compra eficaces y a bajos precios. Algunos ejemplos de estas páginas son PlasticsNet.com que es un mercado virtual del sector de la producción de plásticos que sirve como punto de encuentro mensual a más de 90,000 visitantes y más de 200 proveedores. Otra página es MedicalEquipNet que hace de mercado virtual de equipos médicos en el cual se puede comprar, vender y hasta subastar equipos. Otro sitio es Covisint que es el lugar de intercambio público para el sector automovilístico. Fue creado conjuntamente por DaimlerChrysler, Ford y General Motors, en la actualidad cuenta con un total de 11 fabricantes y con más de 5,000 proveedores.

C2B (Customer to Business – entre consumidores y empresas) gracias a la red, cada vez resulta más sencillo que los consumidores se comuniquen con las empresas. Hoy en día, las empresas invitan a sus clientes reales a que visiten la web de su empresa a través de una pregunta o sugerencias. Por ejemplo, la página Planet.Feedback.com es utilizada para realizar preguntas, ofrecer sugerencias, presentar quejas o remitir halagos a determinadas empresas. La página cuenta con plantillas para que los consumidores las adapten a sus necesidades”. (3:95)

2.3.3 Proceso de compra venta en un sitio web de comercio electrónico

A continuación se describen los procesos y las consideraciones a tomar en cuenta en los procesos de compra y venta a través de comercio electrónico.

2.3.3.1 Proceso de compra

Una de las ventajas de las compras por internet que pueden realizarse varias transacciones comerciales, se encuentra una gran variedad de ofertas en productos, sin embargo, siempre existe el riesgo por las personas o empresas incluso que intentan lucrar actuando sin ética e incluso realizando operaciones de carácter delictivo.

Es por ello que se debe tener clara y comprensiva las operaciones de compra y venta por internet.

Para comprar por internet, lo primero es contar con una computadora o teléfono móvil y acceso a internet, contar con una cuenta de correo electrónico activa, poseer una cuenta bancaria y/o una tarjeta de crédito o débito así como con una dirección P.O. ó Box en caso la compra sea fuera del país.

Si ya se conoce la página a la que se desea acceder, se ingresa a la página y se busca el catálogo de productos con las características que se requiere.

Generalmente las búsquedas de productos se realizan a través de los grandes buscadores en internet como Google, quien direcciona hacia los sitios web relacionados con la búsqueda.

Existen diferentes formas de pago para las compras en línea, dentro de las cuales se pueden mencionar:

a) Pagos por medio de tarjeta de crédito en Gateway (pagos en pasarela por sus siglas en inglés)

Este pago se realiza de forma automatizada a través de ésta aplicación informática de Gateway, que es facilitada por la entidad bancaria del establecimiento virtual u online, es decir del sitio web del vendedor.

Existen tres tipos de pasarelas de pagos que usan las tarjetas de crédito: pasarela de pago lineal, triangular y de tres dominios.

“La pasarela de pago lineal es la forma de pago más insegura que existe, es la que se presta a fraude y robo de identidad de la tarjeta, debido a que es el vendedor el que recibe los datos que el cliente envía a través de un formulario, la información siempre se envía y recibe en forma directa y segura de conexión, sin embargo el vendedor tiene acceso a toda la información del cliente y puede hacer uso fraudulento de las mismas.

La pasarela de pago triangular es en la que se re dirigen los clientes al sitio web de la entidad bancaria para que sea ahí en donde efectúen el pago. En esta modalidad, el cliente facilita los datos de su tarjeta de crédito a la entidad bancaria y no al vendedor. Así también la entidad bancaria no conoce la información de lo que se compra, únicamente es el receptor del pago.

La pasarela de tres dominios es el sistema más seguro de los tres, ya que permite confirmar que en efecto la tarjeta que se está usando sí pertenece al cliente. Esta autenticación la realiza previamente la entidad emisora que a la

hora de registrarla le asigna un código privado. Algunos servicios de autenticación son: Verified by Visa y Mastercard Secure Code”. (38:2)

Todas las pasarelas anteriores que usan el protocolo de seguridad SSL (Secure sockets layers) se conocen por pasarela SSL o pago SSL que se caracteriza por ser una solución que garantiza el secreto en las comunicaciones, a través de claves de cifrado así como la integridad de los datos transmitidos.

b) Pagos SSL versus pagos SET

El pago SSL (Secure sockets layers – seguridad de la capa de transporte) por sus siglas en inglés, se refiere a un protocolo de seguridad que deben usar las páginas web en las pasarelas, lo cual es un servicio de autenticación de servidor y da una plena garantía de identidad a los usuarios.

“El pago SET (secure electronic transaction – transacción electrónica segura) por sus siglas en inglés, es una solución más compleja y segura, el cual utiliza un software especial llamado cartera electrónica (wallet). Este software debe estar instalado junto con un certificado electrónico que emite una autoridad certificadora reconocida, para cada una de las tarjetas de crédito con las que desee trabajar en comercio electrónico”. (38:3)

El pago SET a pesar que es uno de los más seguros, no se está muy extendido por la escasa difusión de certificados entre los usuarios de internet, debido a que el pago SSL es más económico.

c) Pagos online sin uso directo de tarjeta de crédito

Dentro de las formas de pago electrónicos que se encuentran respaldados por grandes empresas y que no utilizan en forma directa la tarjeta de crédito, pueden mencionarse: Paypal, Google Wallet y Amazon Payments.

Paypal

Se trata de un sistema de pago de la firma eBay que permite adquirir productos o servicios, transferir dinero entre usuarios, cobrar una factura o realizar micropagos.

Se asocia una cuenta bancaria o una tarjeta de crédito al momento de registrarse y funciona como si fuera una cuenta bancaria de internet.

El ingreso económico en la cuenta de PayPal se hace desde la cuenta corriente o la tarjeta de crédito asociada, lo que permite disponer de un saldo para gastar cuando se desee.

Se trata de una forma de pagar sin que el vendedor sepa cuáles son los datos bancarios (número de cuenta, número de tarjeta, entre otros.)

En esta forma de pago no existe un costo para el comprador, únicamente para el vendedor por la comisión sobre cada transacción de cobro.

Cuando se desea realizar la compra, solo se necesita colocar el nombre del usuario y la contraseña en la página de PayPal para autorizar el pago, lo cual minimiza el riesgo que se intercepte el número de tarjeta.

En los últimos años este modelo de pago se ha extendido mucho, tuvo su origen en las subastas de eBay.

Google Wallet

Este sistema de pago online fue creado por Google, antes denominado Google Checkout, competencia de PayPal. Google lo utiliza principalmente para que los usuarios paguen sus servicios.

Dos ejemplos de servicios que pueden realizarse a través de Google Wallet son Google Play que ofrece música, libros, películas, aplicaciones y juegos para smartphones, Google Voice que permite realizar llamadas de voz por internet

Amazon Payments

Otra de las grandes corporaciones de la red lanzó su propio sistema de pago denominado Amazon Payments.

El funcionamiento es igual que en PayPal, una vez que se ha dado de alta en el sistema de pago, se verificará la cuenta y se debe añadir una cuenta bancaria o una tarjeta de crédito, las cuales se asocian a la cuenta de pago de Amazon.

Con logo y contraseña otorgados, pueden pagarse bienes o servicios de empresas que estén asociadas con Amazon y que se encuentren disponibles en la red.

2.3.3.2 Proceso de venta

Las ventas en internet no son más que obtener un nuevo canal para la comercialización de los productos de una empresa.

La clave se encuentra en que la empresa conozca sus productos y conozca el mercado al cual desea dirigirse.

El proceso de venta en internet se dará adecuadamente si se cuenta con un proceso de compra adecuado y con las medidas de seguridad mínimas.

Este proceso de venta inicia desde que las personas a través de los grandes buscadores en internet colocan el nombre de lo que desean comprar, seleccionan la página de internet que el buscador les muestra, ingresan a la pagina, crean perfil de usuario si la página lo solicita, cotizan los productos, servicios, costos de entrega, forma de pago y si el producto les convence, seleccionan la opción de agregar en carretilla, para proceder con la compra.

El sitio web al ver que un producto es elegido, se inicia el proceso de venta, desde la solicitud de datos para la entrega, factura y para el pago.

2.4 Etapas de desarrollo de un sitio web de comercio electrónico

Como en todo proyecto, es necesario determinar las fases que conlleva, así como el control en cada etapa de su desarrollo.

A continuación se muestran las fases para un proyecto de sitio web y lo que conlleva cada fase.

2.4.1 Planificación para elaborar el sitio web

Dentro de la planificación debe incluirse, sin importar si el proyecto es pequeño o grande, un equipo de trabajo que cuente con especialistas en sistemas, en diseño gráfico, en marketing y publicidad, recursos humanos, servicio al cliente y en aspectos financieros.

Con el equipo de trabajo asignado se define el proyecto del sitio web, en la definición del proyecto web deben considerarse los siguientes aspectos:

a) Servicio de hosting que utilizará el proyecto

Esto se refiere al alojamiento en la red y el proveedor de este servicio con el cual trabajarán. Actualmente en Guatemala existen varias empresas dedicadas a prestar este servicio ofreciendo varios tipos de hosting, el más recomendado es el hosting dedicado o alojamiento gestionado en el que el proveedor del servicio de alojamiento posee y maneja el servidor y le otorga el control total al cliente mediante alquiler.

b) Dominio que utilizará el proyecto

El dominio se refiere al nombre que utilizará el proyecto con el código asignado al país. “En el caso de Guatemala, el código asignado es .gt y la única entidad encargada de mantener el registro de nombres de dominio de Internet con el .gt es la Universidad del Valle de Guatemala”. (47:1)

c) Alcance, audiencia, objetivos y atractores al sitio web

En esta etapa es importante identificar estos puntos, ya que será la base y razón del proyecto, a quién se quiere llegar, cómo se logrará atraer a los clientes o al mercado, cuál es el objetivo del sitio web: ventas o solo publicidad, entre otros.

Parte crucial de esta etapa es la definición del plazo de desarrollo del proyecto, ya que un sitio web no es que se inicie y termine, sino se inicia y se mantiene, se actualiza y por qué no, incrementa su valor económico.

2.4.2 Desarrollo del sitio web

Este puede ser desarrollado por personal interno de la compañía o subcontratado de otras compañías especializadas.

El desarrollo de un sitio web consta de varias etapas, que se mencionan a continuación:

Contenido: se refiere al diseño y elección del contenido del sitio web, después de definir los objetivos. En esta etapa se crea o se adapta la información de acuerdo a lo que se desea mostrar.

Aprobación: se refiere a que el sitio web ya se encuentra diseñado pero no cargado a la red, está disponible para que los directores o encargados lo validen, realicen ajustes necesarios y tomen en cuenta el hosting y dominios a utilizar.

Publicación: en esta etapa, el sitio se carga en la web, se muestra al público, generalmente se da un plazo para de prueba, influye el tipo de proyecto del sitio para determinar el tiempo de prueba.

Actualización constante: es la etapa del desarrollo del sitio web que no debe de descuidarse, con los avances rápidos en la tecnología y el incremento de la competencia comercial, es muy importante mantenerse un paso adelante.

2.5 Sitios web para empresas de comida rápida

Los sitios web para empresas de comida rápida contienen una combinación de diferentes tipos de sitios web, conlleva ser dinámicos, estar actualizándose constantemente, pero principalmente son sitios de comercio electrónico.

Los objetivos de un sitio web para un restaurante deben ser desarrollar una relación más personalizada con cada cliente, motivar a que visiten la página y conozcan los productos, ayudar a que un potencial mercado encuentre el sitio como una opción viable de compra por internet.

Para las empresas de comida rápida es una opción que deberían evaluar con esmerada atención, puesto que existe un gran mercado con el desarrollo de la tecnología, no solo se puede acceder desde una computadora, ahora desde un teléfono inteligente se puede contactar con un mercado en expansión sin restricciones de horario o con las opciones de poder reservar los pedidos con antelación.

2.5.1 Ventajas y desventajas económicas de los sitios web para empresas de comida rápida

El solo hecho de participar en el comercio electrónico hoy en día, es una gran ventaja de las empresas sobre las empresas que solo cuentan con la presencia física en el campo comercial.

Para una empresa de comida rápida, el incursionar en el comercio electrónico le abre puertas a un mercado naciente y con potencial.

Dentro de las ventajas económicas se pueden mencionar:

- a) Reducción de costos al realizar un estudio de mercado real
- b) Se eliminan los límites en tiempo y en distancia
- c) En comparación con el comercio tradicional, se reduce en un 50% el costo de la puesta en marcha
- d) Agiliza las operaciones del negocio así como la labor con los clientes
- e) Proporciona nuevos medios para encontrar y ofrecer a los clientes

- f) Especialización en otro línea de ventas, ventas electrónicas con una atención personalizada a los clientes
- g) Posibilidad de implementar nuevas técnicas para aumentar la fidelidad de los clientes
- h) Para los clientes también presenta ventajas como el alcance a la información antes de la compra

Así como existen ventajas, por supuesto que se presenta desventajas que es importante considerar:

- a) La primordial son los delitos informáticos, ya que la presencia de hackers y crackers es real y es un amenaza a la seguridad de los clientes
- b) Existe menor comunicación personal entre vendedor y consumidor, se pierde el contacto cara a cara, lo cual es cuestión de adaptación, sin embargo, en el proceso se sentirá que no se brinda la asesoría idónea
- c) También existen desventajas para los compradores, como la interacción con el vendedor por si algo sale mal, como proceder con una queja
- d) El pago puede fallar por cualquier eventualidad y esto genera desconfianza total en los compradores, es una de las desventajas con mayor impacto

2.6 Principales aspectos contables y financieros de los sitios web para empresas de comida rápida

La contabilidad es una práctica esencial, tan importante para cualquier proyecto, que debe de estar presente desde el inicio hasta el final.

En el caso de los sitios web, por ser un tema novedoso, se hace necesario contar con el apoyo de especialistas por el conocimiento particular que conlleva, sin embargo, en la parte económica se hace irremplazable la participación del contador.

2.6.1 Costos de sitios web en una empresa de comida rápida

En todo proyecto de cualquier índole lleva inmersos costos económicos para la empresa.

En el caso de un sitio web debe de analizarse los costos que conllevan el proyecto total, así como el ahorro que se tendrá a corto o largo plazo en comparación con los beneficios.

Dentro de los costos que deben de considerarse, si el proyecto se desarrolla internamente, el pasivo laboral es inherente, costos por capacitaciones, por rotación del personal, entre otros.

Los costos habituales o básicos en el desarrollo de un proyecto web son: costos asociados al desarrollo y gestión del portal web que incluye costos del diseño, costos de la programación de la funcionalidad de la web, costos de implementación del sitio desde que se aprueba hasta que se deja a prueba la puesta en marcha.

Se deben considerar también los costos de la gestión como tal del sitio web, es decir los costos de formación del personal, costo de las publicaciones en el sitio es decir el tiempo en que el gestor del contenido se tarde en colocar las publicaciones en el sitio.

Los costos de alojamiento, costos de servidores y costos de licencias y para ello es que se requiere a los especialistas en la materia por el equipo adecuado y soporte recomendado, sin embargo, conlleva un costo.

Los costos de mantenimiento y de actualización al sitio es parte intrínseca, puesto que es importante contar con un sitio que presente el mínimo de problemas y se encuentre al día con la tecnología, no solo en presentación si no en soporte de la información, servicio de servidores con gran capacidad de almacenaje y soporte técnico cuando se requiera. Para ello debe evaluarse si se cuenta con ese soporte o cada cuanto se hace necesario actualizarlo.

2.6.2 Clasificación contable de los sitios web en una empresa de comida rápida

Todas las operaciones que realiza una empresa están relacionadas directa e indirectamente con la contabilidad de acuerdo al presupuesto definido y a los controles en sus operaciones.

Desde el reconocimiento, valorización y exposición que tengan los hechos económicos que ocurren en las empresas, así como el efecto en la presentación de los estados financieros, es parte del proceso en contabilidad.

En el caso de los sitios web en una empresa de comida rápida, el contador debe estar actualizado en cuanto a las normativas técnicas que aplican en el país en el que desarrolle sus operaciones, así como en la normativa legal y fiscal.

Esto le ayudará a realizar los registros en el tiempo que ocurren y con el efecto que requieran las normas, a clasificar en los estados financieros cada desembolso, con el objetivo de que la administración presente razonablemente las cifras de sus estados financieros, que les sirven para la toma de decisiones.

La clasificación contable para los sitios web depende entre otras cosas, del giro del negocio de la empresa, del objetivo por el que fue creado el sitio y muy importante: los beneficios que espera obtener. Así también por la forma en que la empresa desea desarrollarlo, el tiempo en el cual se desarrollará y el tiempo en que se espera sea útil.

Los rubros relacionados afectan estado de resultados como gastos operativos o costos, así como el estado de situación financiera considerándolos como activos intangibles, con efecto en el estado de flujo de efectivo, es por ello la importancia de la clasificación adecuada en todo el proceso.

2.6.3 Regulaciones o disposiciones legales aplicables a sitios web en empresas de comida rápida

Las principales regulaciones a las que se encuentra afecto y a las que se debe prestar importante atención para cumplir con la ley, es al impuesto sobre la renta, el cual se regula en el Decreto 20-2012 Ley de Actualización Tributaria y sus reformas.

Principalmente en los artículos relacionados a costos y gastos deducibles, como costos y gastos no deducibles del impuesto sobre la renta. Ya que es necesario revisar lo que la ley exige y cumplirla.

El artículo 21 de dicho decreto describe los costos y gastos que consideran deducibles del impuesto sobre la renta, es decir, los costos y gastos permitidos que se deduzcan de la utilidad que obtuvo la empresa en un período contable, para Guatemala el período contable fiscal comprende del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año.

Para que un costo o gasto sea deducible, deben de cumplir con las siguientes premisas: que sean útiles, necesario, pertinentes o indispensables para producir o conservar la fuente productora de rentas gravadas de la entidad, es decir, una empresa de comida rápida debe de documentar que los egresos en que incurran para el desarrollo del sitio web sean considerados como gastos con efecto en el estado de resultados, sean efectivamente para producir o conservar el giro principal de la empresa que en este caso es la venta de comida rápida.

Hay además aspectos formales que deben cumplirse para considerar deducible un egreso, por ejemplo, que sea soportado con un documento contable, que el egreso corresponda al período fiscal corriente, si se documenta con una factura ésta debe cumplir con las características mínimas que indica el Decreto 27-92 Ley del Impuesto al Valor Agregado – IVA: que las facturas se encuentren vigentes, - actualmente el período de vigencia de documentos fiscales es de un año cuando son primeras autorizaciones y de dos años cuando son autorizaciones posteriores –, que contenga las leyendas correspondientes que indiquen el régimen fiscal en el que se encuentra el proveedor del bien o servicio, que contenga las respectivas constancias de retención de ISR cuando corresponda, que se encuentre bancarizado el servicio o bien adquirido, es decir que se documente el medio de pago. En Guatemala deben documentarse los pagos mayores a Q30,000.00 por medio de un cheque, transferencia o escritura pública protocolizada.

Si el egreso por el sitio web, la entidad lo considera como activo intangible, debe tener en cuenta lo que indica la ley respecto a los activos intangibles: la regla general para amortización que permite el Decreto 10-2012 Ley de actualización tributaria, es la que se realiza sobre activos propiedad del contribuyente y que son utilizados en actividades lucrativas que generen rentas gravadas.

La cuota de amortización se realiza en línea recta y si por cualquier circunstancia no se registra el gasto correspondiente en el período que le corresponde, se considera como un gasto no deducible del impuesto sobre la renta. A excepción del costo de derecho de llave, que debe amortizarse en un período mínimo de diez años en cuotas sucesivas e iguales.

El valor base para el cálculo de la amortización es el valor de adquisición, de producción o de revaluación del bien, el valor de costo incluye los gastos incurridos con motivo de la compra, instalación y montaje, hasta ponerlos en condición de ser usados.

En relación a las regulaciones al comercio electrónico, en Guatemala se encuentra vigente el Decreto 47-2008 con sus reformas en el Acuerdo Gubernativo 262-2009 y Acuerdo Gubernativo 460-2011, “Ley para el reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas” la cual se crea como parte en la promoción del comercio electrónico en Guatemala, que facilite su acceso no solo en el interior del país sino en el exterior, apoyando las nuevas prácticas comerciales dándole seguridad jurídica a las comunicaciones, así como firmas electrónicas, la validez que debe tener cada operación y no solo un papel.

Hace énfasis en la firma electrónica, la cual se refiere a los datos electrónicos que puedan ser utilizados para identificar al firmante y que comprueben que el firmante está de acuerdo o aprueba la información electrónica.

Dentro de las regulaciones que le aplican a las empresas que utilizan comercio electrónico se pueden mencionar:

“Artículo 1. Prevalencia de las leyes de protección al consumidor, que indica que esta Ley se aplicará sin perjuicio de las normas vigentes en materia de

protección al consumidor. Las entidades o empresas involucradas en el comercio electrónico deben respetar los intereses de los consumidores y actuar de acuerdo a prácticas equitativas en el ejercicio de sus actividades empresariales, publicitarias y de mercadotecnia. Así mismo, las entidades o empresas no deben realizar ninguna declaración, incurrir en alguna omisión, o comprometerse en alguna práctica que resulte falsa, engañosa, fraudulenta o desleal". (16:4)

Siempre que las entidades o empresas publiquen información sobre ellas mismas o sobre los bienes o servicios que ofrecen, deben presentarla de manera clara, visible, precisa y fácilmente accesible. Así mismo, deben cumplir con cualquier declaración que hagan respecto a sus políticas y prácticas relacionadas con sus transacciones con consumidores.

Las empresas no deben aprovecharse de las características especiales del comercio electrónico para ocultar su verdadera identidad o ubicación, o para evadir el cumplimiento de las normas de protección al consumidor o los mecanismos de aplicación de dichas normas.

Las empresas deben desarrollar e implementar procedimientos efectivos y fáciles de usar, que permitan a los consumidores manifestar su decisión de recibir o rehusar mensajes comerciales no solicitados por medio del correo electrónico.

Cuando los consumidores manifiesten que no desean recibir mensajes comerciales por correo electrónico, tal decisión debe ser respetada.

“Artículo 52. Información en Línea, describe que sin perjuicio de cumplir con la legislación vigente para comerciantes y empresas mercantiles, las empresas que realicen comercio electrónico deberán proveer la siguiente información:

a) Información sobre la empresa: las empresas que realicen transacciones con los consumidores por medio del comercio electrónico deben proporcionar de manera precisa, clara y fácilmente accesible, información suficiente sobre ellas mismas, que permita la identificación de la empresa - incluyendo la denominación legal y el nombre o marca de comercialización; el principal domicilio geográfico de la empresa; correo electrónico u otros medios electrónicos de contacto, o el número telefónico; y, cuando sea aplicable, una dirección para propósitos de registro, y cualquier número relevante de licencia o registro gubernamental.

Así también debe proporcionar una comunicación rápida, fácil y efectiva con la empresa, apropiados y efectivos mecanismos de solución de disputas; servicios de atención a procedimientos legales; y, ubicación del domicilio legal de la empresa y de sus directivos, para uso de las autoridades encargadas de la reglamentación y de la aplicación de la ley.

Cuando una empresa de a conocer su membresía o afiliación en algún esquema relevante de autorregulación, asociación empresarial, organización para resolución de disputas u otro organismo de certificación, debe proporcionar a los consumidores un método sencillo para verificar dicha información, así como detalles apropiados para contactar con dichos organismos, y en su caso, tener acceso a los códigos y prácticas relevantes aplicados por el organismo de certificación.

b) Información sobre los bienes o servicios: las empresas que realicen transacciones con consumidores por medio del comercio electrónico deben proporcionar información precisa y fácilmente accesible que describa los bienes o servicios ofrecidos, de manera que permita a los consumidores tomar una decisión informada antes de participar en la transacción y en términos que les permita mantener un adecuado registro de dicha información”. (16:13)

CAPÍTULO III
CONSIDERACIONES DE LA SECCIÓN 18 ACTIVOS INTANGIBLES
DISTINTOS DE LA PLUSVALÍA, DE LA NORMA INTERNACIONAL DE
INFORMACIÓN FINANCIERA PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS
ENTIDADES– NIIF PARA LAS PYMES –RESPECTO AL DESARROLLO DE
SITIOS WEB

La norma técnica que regula el registro contable de las actuaciones económicas de una pequeña y mediana entidad, es la Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas Entidades – NIIF para las Pymes, base sobre la cual se analizan las diferentes etapas del desarrollo de un sitio web, para determinar su correcta aplicación contable respecto a si corresponde como un activo intangible o como un gasto del período en que se realice el desembolso económico.

Se inicia con lo relativo a activos intangibles, para obtener la comprensión de lo que la norma indica.

3.1 Activos intangibles

Los activos intangibles son activos que no se pueden tocar, se representan a través de documentos, imágenes o logos, títulos, registros, leyes o publicaciones, así como el conocimiento, tecnologías o diseños.

3.1.1 Definiciones

A continuación se desarrollan algunas definiciones de activos intangibles, para obtener una comprensión de lo que representan:

“Los activos intangibles son aquellos desembolsos realizados por la empresa en la adquisición de derechos y bienes no materiales que beneficiarán las actividades de la negociación no sólo en el período en que se efectúa el desembolso, sino también en períodos futuros”. (29:82)

Es decir, que para que se considere activo intangible debe de esperarse algún beneficio futuro para la empresa y no solo en el momento del desembolso, como es el caso de los desembolsos en los gastos de operación, por ejemplo.

“Los activos intangibles son derechos, privilegios y beneficios de propiedad o control” (25:221)

En este caso se refiere a que los beneficios que un activo intangible puede proporcionar a la empresa, pueden ser de propiedad o de control, es decir de propiedad de una marca o patente, así como licencia, o el control mayoritario en los beneficios que espera obtener de ese intangible. Algo que se debe tomar en cuenta en los activos intangibles es que provoca incertidumbre respecto a los beneficios que se esperan obtener debido a factores como cambios por el mercado competente o por la valuación de los mismos y la definición de su vida útil.

“Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física”. (18:1155)

Esta definición la indica la NIIF 38 y es la misma definición que nos presenta la sección dieciocho de la NIIF para las Pymes. Aunque es muy general, abarca el concepto de un activo intangible, ya que debe ser identificable es decir, deben conocerse los aspectos para que se considere intangible los cuales abarcan que puede ser medido, separado y valuado para poder ser vendido, explotado o intercambiado.

Al decir que es de carácter no monetario se refiere a que no se espera recibir cantidades fijas de dinero por él, por consiguiente sin apariencia física porque no se puede palpar.

3.1.2 Identificabilidad de los activos intangibles

El hablar de identificabilidad involucra conocer y comprender las partes que componen un activo, para aceptar primero que sea activo y segundo qué tipo de activo.

En el caso de los activos intangibles, la identificabilidad es un punto primordial que se debe tomar en cuenta para considerar si el reconocimiento contable es el adecuado.

Un activo intangible es identificable cuando se vinculan por separado con derechos o privilegios específicos, o cuando los períodos de beneficios que se esperan recibir son limitados.

Lo que indica la norma es: “Un activo es identificable cuando es separable, es decir, es susceptible de ser separado o dividido de la entidad y vendido, transferido, explotado, arrendado o intercambiado, bien individualmente o junto con un contrato, un activo o un pasivo relacionado; ó surge de un contrato o de otros derechos legales, independientemente de si esos derechos son

transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones”.
(18:103)

Por ejemplo, activos intangibles identificables pueden ser las patentes, las marcas registradas, propiedad intelectual o franquicias, de los cuales se conoce el plazo de vida útil y por consiguiente se amortizan a lo largo de su vida útil en la cual se espera obtener el beneficio.

Un ejemplo de activos intangibles no identificables puede ser el valor comercial de una compañía (goodwill o plusvalía) que por lo general se da cuando una compañía adquiere a otra. El valor comercial generado internamente no se registra contablemente, pues se considera que su valor se expresa en futuras ganancias, es decir, el valor comercial posee en sí un poder adquisitivo futuro. Este tipo de activos intangibles no es tratado por esta norma que se está analizando, se deja la descripción a manera de ejemplo.

Se consideran como ejemplos de activos intangibles no identificables a los activos que se generan internamente en la compañía y que poseen periodos indefinidos de beneficios económicos futuros. Es en este sentido en donde se encuentra la dificultad al considerarlo como un activo o como un gasto, tomando en consideración los principios que indica la norma técnica.

3.1.3 Reconocimiento y medición de los activos intangibles

Para que los estados financieros cumplan su objetivo, es importante conocer y aplicar las características, así como principios, para el registro contable de cada transacción.

La NIIF para las Pymes da a conocer las características cualitativas, así como los conceptos y principios generales de la información en los estados financieros. Los que aplican para esta sección se describen a continuación:

3.1.3.1 características cualitativas

Las características cualitativas se refieren a la calidad de la información contable y financiera, dentro de las características cualitativas se encuentran:

- a) **Comprensibilidad:** la información debe ser comprensible, razonable y que muestre voluntad para poder analizar lo que se está observando en un estado financiero, no importando si la cuenta es demasiada complicada, debe de revelarse de acuerdo al grado de materialidad.

- b) **Relevancia:** debe considerarse si el rubro ejerce influencia en la toma de decisiones económicas para los usuarios de los estados financieros, para que la información permita facilitar esa toma de decisiones al consultar sobre el historial de la cuenta.

- c) **Materialidad o importancia relativa:** si el rubro de cuenta es material, se considera relevante para la información a presentar a los usuarios de los estados financieros. No solo es material en cantidad si no en la susceptibilidad de ser desviada la información que pueda afectar el resultado de los estados financieros.

- d) **Fiabilidad:** es decir que la información a mostrar se encuentre libre de error significativo o que la información se tergiverse a cambio de conseguir mostrar una realidad en los estados financieros únicamente para una decisión, lo cual no es fiable.

- e) La esencia sobre la forma: para la contabilización de las operaciones debe tomarse en cuenta de acuerdo a su esencia y a lo que realmente pueda afectar o involucrar en los estados financieros.

- f) Prudencia: es incluir en los registros de las operaciones, la precaución cuando se emite un juicio respecto a algún registro contable, que se vea el efecto para que no provoque desviación en la información que sin premeditación puede llegar a darse.

- g) Integridad: como la palabra lo indica, la información a incluirse en los estados financieros debe ser el 100%, que no permite omisiones.

- h) Comparabilidad: es muy importante que la información a través de los años pueda ser comparada, esto muestra tendencias de rendimiento así como da parámetros para proyecciones.

- i) Oportunidad: Conlleva que la información sea presentada a los usuarios en el tiempo en que sea necesaria para la toma de decisiones, al ser oportuna tiene relevancia y por consiguiente mayor grado de satisfacción de necesidades.

- j) Equilibrio entre costo y beneficio: esta característica es sumamente importante, en cuanto que lo que una compañía obtenga no debe ser menos a lo que invirtió por obtener ese resultado. No todo se relaciona al resultado, pero sí van de la mano, puesto que una oportuna toma de decisiones, afecta e influye en un excelente equilibrio entre el beneficio y el costo, que permita no solo continuar con el negocio sino crecer.

3.1.3.2 Situación financiera y rendimiento en los activos intangibles

El punto de referencia que indica la norma en relación a la situación financiera de una entidad, es como sigue:

“La situación financiera de una entidad es la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio en una fecha concreta”. (19:18)

Partiendo de dicho precepto, un activo para una compañía es un recurso tangible o intangible, resultado de sucesos pasados y del cual se espera que se obtenga beneficios económicos futuros.

“Rendimiento es la relación entre los ingresos y los gastos de una entidad, durante un período sobre el cual se informa”. (19:20)

Es importante definir el concepto de gasto, puesto que en el tema de activos intangibles está relacionado con los desembolsos que no se capitalizan si no que se reconocen como gastos en el período en que se incurren.

La norma indica que gastos se refiere tanto a los gastos que surgen de la actividad ordinaria como a las pérdidas resultantes. Los costos y gastos surgen como consecuencia del desembolso en el costo de ventas, gastos de operación como salarios y gastos por ventas, así como por depreciaciones o amortizaciones, por eso es que un gasto es una salida o disminución del valor de un activo.

3.1.3.3 Reconocimiento de activos intangibles y gastos

Para el reconocimiento contable de activos, pasivos, ingresos y gastos, se tienen dos premisas importantes:

- 1) La probabilidad de obtener beneficios económicos futuros
- 2) Fiabilidad en la información

En este caso en particular, el desarrollo de estos criterios se enfoca en los activos y en los gastos, al tratarse de activos intangibles y su relación con los gastos.

Para el primer criterio, lleva un grado de incertidumbre respecto a los beneficios económicos futuros asociados. Se debe realizar una evaluación para determinar el grado de incertidumbre, esta evaluación ocurre al final de cada período que se informa, para obtener las evidencias relacionadas. Las evaluaciones pueden realizarse individualmente a partidas significativas o por grupos de partidas cuando sean individualmente insignificativas respecto de los estados financieros.

Para el segundo criterio, es importante conocer que no de todas las partidas se conoce el costo o gasto, para algunas partidas debe de estimarse ese valor. La estimación debe ser razonable, que no ponga en duda su fiabilidad. Si no es posible realizar una estimación, esa partida no debe considerarse en los estados financieros.

Para la medición de algunas partidas, debe tomarse en cuenta que es posible los criterios para su reconocimiento se realicen en una fecha posterior ya que puede ser resultados de sucesos posteriores. Así también aunque una partida no cumpla con estos dos criterios de reconocimiento, puede ser revelada en las notas a los estados financieros siempre y cuando sea una partida relevante para los usuarios de estos.

3.1.3.4 Medición de activos intangibles y gastos

Otro de los aspectos importantes a considerar en el análisis de activos intangibles, es la medición, la norma muestra un breve y conciso significado de lo que es medición.

“Medición es el proceso de determinación de los importes monetarios en los que una entidad mide los activos, pasivos, ingresos y gastos en sus estados financieros. La medición involucra la selección de una base de medición”.
(19:22)

Es decir, la norma en análisis da las bases de medición para que una compañía reconozca y registre cada partida en los estados financieros. Estas bases de medición indican el punto de partida en el valor que se le asignará a un activo o costo.

Las dos bases que presenta son:

- a) Costo histórico: este se utiliza para los activos. Se refiere al importe o monto pagado en efectivo o equivalentes de efectivo o bien el valor razonable de la contraprestación otorgada para adquirir ese activo. Es a la inversa para el caso de los pasivos, el costo histórico es el efectivo o equivalentes recibidos o bien el valor razonable de la contraprestación recibida a cambio de la obligación adquirida. El costo histórico amortizado es el costo histórico de un activo menos la parte de su costo histórico que ya se reconoció como gasto.
- b) Valor razonable: es el valor por el cual puede ser intercambiado un activo o cancelado un pasivo, es decir su valor de mercado en algunos casos.

Para la medición se consideran dos tiempos, la medición inicial y la medición posterior. La medición inicial se refiere al reconocimiento inicial que haga una entidad de una partida, la norma indica que la medición para el reconocimiento inicial se hace al valor histórico es decir, al costo.

Para la medición posterior, existen varios indicadores de medición, dependiendo el activo o pasivo a que se refiera. En el caso de los activos intangibles que se consideran activos no financieros, su medición posterior se realizará al importe menor entre el costo amortizado y su valor recuperable, menos cualquier pérdida por deterioro de valor acumulada.

3.2 Desarrollo de un sitio web y su tratamiento contable

El desarrollo de un sitio web en la práctica conlleva varias fases, en cada fase debe de identificarse si existe un desembolso monetario y determinar la forma adecuada de su reconocimiento contable en los estados financieros de una entidad.

Para ello, se analiza cada elemento que indica la norma técnica, aplicado a cada fase del desarrollo de un sitio web. Así también, se toma en cuenta no solo la norma relativa a los activos intangibles, sino la parte de la norma que se relacionen con el reconocimiento para los sitios web.

3.2.1 Identificabilidad de un sitio web como intangible

Tomando como referencia los elementos para identificar a un activo intangible, se describe lo que indica la norma para poder identificarlo:

“Un activo es identificable cuando:

- a) Es separable, es decir, es susceptible de ser separado o dividido de la entidad y vendido, transferido, explotado, arrendado o intercambiado, bien individualmente o junto con un contrato, un activo o un pasivo relacionado, ó
- b) Surge de un contrato o de otros derechos legales, independientemente de si esos derechos son transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones” (19:103)

Partiendo de lo que la norma indica, puede decirse que un activo es un recurso controlado por la entidad, que es resultado de procesos pasados con el que la entidad espera obtener beneficios económicos futuros.

Un activo intangible no se conserva en moneda, si no que puede ser a través de contratos, licencias, conocimientos tecnológicos, entre otros.

Con base en estos preceptos, una entidad que sea dueña de un sitio web, puede considerarlo un activo intangible, puesto que es controlado por la entidad, es un activo único que puede ser transferible y separado, así también no se posee físicamente y no es monetario, el sitio web está conformado por dominios en internet que se relacionan electrónicamente hacia un computador.

Es importante indicar que el solo hecho de que la entidad desembolse para que un activo genere futuros beneficios económicos, no quiere indicar que sí sea identificado como activo intangible, ya que estaría generando internamente una plusvalía.

Si bien es cierto que el control que una entidad tenga sobre el sitio web es precisamente el obtener beneficios económicos futuros, este control debe provenir de derechos legales de propiedad, que puedan demostrarse ante un

tribunal y en caso de traspaso o intercambio, la venta del sitio puede fungir como evidencia de ese control.

Los beneficios económicos futuros que una entidad espera obtener del sitio web pueden ser desde ahorrar costos en la operación, hasta obtener ingresos ordinarios por la venta de productos o servicios a través de él. Es importante que la entidad considere y evalúe si el sitio web es identificable en el 100% o si incluye otros componentes para su funcionamiento los cuales sean tangibles. Si se determina que el sitio web conlleva relación con elementos tangibles, debe de tratarse como propiedad, planta y equipo, la responsable de evaluar qué aspecto tiene más peso, es la entidad.

3.2.2 Reconocimiento de un sitio web como activo intangible

El principio general que nos da la norma, para el reconocimiento de un activo intangible es:

“Una entidad aplicará los criterios de reconocimiento del párrafo 2.27 para determinar si reconocer o no un activo intangible. Por ello, la entidad reconocerá un activo intangible sí y solo sí:

- a) Es probable que los beneficios económicos futuros esperados que se han atribuido al activo fluyan a la entidad.
- b) El costo o el valor del activo puede ser medido con fiabilidad; y
- c) El activo no es resultado del desembolso incurrido internamente en un elemento intangible”. (19:103)

Los sitios web pueden ser adquiridos a través de un tercero que se encargará de su desarrollo, diseño, prueba y puesta en funcionamiento. La entidad tendrá el control del sitio web al momento de que la fase de prueba esté superada, la

entidad en este caso únicamente requerirá de los servicios de mantenimiento al sitio, periódicamente. Con ello, se cumple el principio de que no es resultado de un desembolsado interno.

El sitio web adquirido de esta forma permite que la entidad pueda medir el costo del activo, con lo cual cumple con uno de los principios de reconocimiento.

“Una entidad evaluará la probabilidad de obtener beneficios económicos futuros esperados utilizando hipótesis razonables y fundadas, que representen la mejor estimación de la gerencia de las condiciones económicas que existirán durante la vida útil del activo.

Una entidad utilizará su juicio para evaluar el grado de incertidumbre asociado al flujo de beneficios económicos futuros que sea atribuible a la utilización del activo, sobre la base de la evidencia disponible en el momento del reconocimiento inicial, otorgando un peso mayor a la evidencia procedente de fuentes externas”. (19:103)

Dependiendo el objetivo para el cual se adquirió el sitio web, es posible medir los beneficios económicos, es decir, si el objetivo del sitio web es el comercio electrónico a través de ventas por internet, sí es posible cuantificar los beneficios económicos para la entidad. La vida útil del sitio web se refiere al tiempo estimado que la entidad espera que pueda utilizar dicho sitio web.

La entidad debe utilizar su juicio a través de parámetros y metas económicas para sus períodos de venta, así como a los desembolsos por mantenimiento y actualización del sitio web, validar si debe seguir reconociéndolo como un activo intangible, si se ha deteriorado su valor como activo o si considera deberá darle de baja como activo intangible.

3.2.3 Medición inicial de un sitio web como activo intangible

La medición inicial se refiere a qué valor la entidad medirá el activo intangible para su registro. La norma indica que el valor al que medirá inicialmente una entidad a un activo intangible, es únicamente al costo.

Si la entidad considera que el sitio web que está adquiriendo es un activo intangible, debe de medirlo al valor que lo está adquiriendo, para ellos deberá registrarse o guiarse por lo que indica la norma en lo que respecta a un activo adquirido en forma separada.

3.2.3.1 Adquisición separada

La adquisición separada se refiere a que un activo es adquirido por la entidad en forma independiente, es decir, no se desarrolla internamente, sino que se compra a través de un proveedor del bien o del servicio. En este sentido, se tomará en cuenta lo que indica la norma.

“El costo de un activo intangible adquirido de forma separada, comprende:

- a) El precio de adquisición, incluyendo los aranceles de importación y los impuestos no recuperables, después de deducir los descuentos comerciales y las rebajas, y
- b) Cualquier costo directamente atribuible a la preparación del activo para su uso previsto”. (19:103)

Los sitios web pueden adquirirse de un tercero, su identificabilidad como su reconocimiento dependerá en gran parte para el uso que se le dará al sitio web.

Para el registro como activo intangible deben de considerarse cómo será su adquisición para tomar en cuenta los costos incurridos desde las cotizaciones con los proveedores, los costos de instalación y prueba hasta que se encuentre disponible para su utilización.

Los costos de sitios web adquiridos comprenden costos por adquisición de dominios, costos por hosting, costos de diseño, costos por publicidad incluso en algunos casos, así como costos por mantenimiento y actualización.

3.2.3.2 Adquisición como parte de una combinación de negocios

La norma da las pautas en cómo debe de considerarse la medición inicial, en caso que el activo intangible se adquiriera como parte de una combinación de negocios o entidades, lo que indica al respecto es:

“Si un activo intangible se adquiere en una combinación de negocios, el costo de ese activo intangible es su valor razonable en la fecha de adquisición”. (19:104)

Por ejemplo, en el caso de una combinación de dos entidades, una de ellas posee el sitio web como activo intangible, la empresa que adquiere el control debe revisar el valor razonable de este sitio web, es decir, debe verificar el valor al que pueda ser intercambiado ese sitio web en el momento en que se da la combinación de negocios y ese será su nuevo valor.

3.2.3.3 Adquisición mediante una subvención del gobierno

Para la medición inicial de un activo intangible adquirido por subvención o ayuda por parte del gobierno, la norma indica que:

“Si un activo intangible se adquirió mediante una subvención del gobierno, el costo de ese activo intangible es su valor razonable en la fecha en la que se recibe o es exigible la subvención de acuerdo con la sección 24 Subvenciones del Gobierno”. (19:104)

Si este fuera el caso de una entidad que recibe un sitio web mediante esta forma, debe de registrarse por lo que indica la norma en la sección 24, tomando como base para la medición el valor razonable del sitio web.

3.2.3.4 Permutas de activos

Otro caso que puede presentarse en la adquisición de activos, es la permuta, la permuta se refiere a intercambio de una cosa por otra, sin intermediación de dinero, para tal aseveración, la norma indica:

“Un activo intangible puede haber sido adquirido a cambio de uno o varios activos no monetarios, o de una combinación de activos monetarios y no monetarios. Una entidad medirá el costo de este activo intangible por su valor razonable, a menos que:

- a) La transacción de intercambio no tenga carácter comercial, o
- b) No puedan medirse con fiabilidad el valor razonable ni del activo recibido ni del activo entregado.

En tales casos, el costo del activo se medirá por el valor en libros del activo entregado”. (19:105)

Para el caso de los sitios web, es muy inusual que estos caso se den, generalmente es generado internamente o adquirido de un tercero en una operación de compra venta.

3.2.3.5 Otros activos generados internamente

Aunque se lea contradictorio, la norma hace referencia a un activo que se genere internamente, pero no lo considera activo sino gasto en el momento del desembolso, la contradicción se muestra en el hecho de llamarle activo.

La entidad deberá evaluar la materialidad entre otras cosas, para un activo generado internamente y si procede reconocerlo como un intangible o reconocerlo como gasto.

Lo que indica la norma se describe a continuación:

“Una entidad reconocerá el desembolso incurrido internamente en una partida intangible como un gasto, incluyendo todos los desembolsos para actividades de investigación y desarrollo, cuando incurra en él, a menos que forme parte del costo de otro activo que cumpla los criterios de reconocimiento de esta NIIF.

Como ejemplos de la aplicación del párrafo anterior, una entidad reconocerá los desembolsos en las siguientes partidas como un gasto, y no como un activo intangible:

- a) Generación interna de marcas, logotipos, sellos o denominaciones editoriales, listas de clientes u otras partidas que en esencia sean similares.

- b) Actividades de establecimiento (por ejemplo, gastos de establecimiento), que incluyen costos de inicio de actividades, tales como costos legales y administrativos incurridos en la creación de una entidad con personalidad jurídica, desembolsos necesarios para abrir una nueva instalación o negocio (es decir costos de preapertura) y desembolsos de lanzamiento de nuevos productos o procesos (es decir costos previos a la operación).
- c) Actividades formativas.
- d) Publicidad y otras actividades promocionales.
- e) Reubicación o reorganización de una parte o la totalidad de una entidad.
- f) Plusvalía generada internamente.

El párrafo anterior no impide reconocer los anticipos como activos, cuando el pago por los bienes o servicios se haya realizado con anterioridad a la entrega de los bienes o prestación de los servicios”. (19:105)

Es muy importante describir las fases que conlleva el desarrollo interno de un sitio web, en este caso, la norma es clara al indicar que los desembolsos realizados cuando son generados internamente, se reconocen como gastos, por lo cual es importante identificar y conocer los procesos de desarrollo interno de un sitio web, ya que es posible que pueda crear controversia el hecho de que deban reconocerse como gasto y no permita su reconocimiento como activo intangible.

Una entidad puede incurrir en gastos en el desarrollo de su sitio web, tanto si el sitio lo desarrolla internamente o a través de terceros, tomando en cuenta

también si el sitio será para uso interno o permitirá acceso externo. Se debe tomar muy en cuenta el objetivo para el cual se está desarrollando el sitio web.

Generalmente este tema se deja en manos de ingenieros, sin embargo, como profesionales de las ciencias económicas y derivado del crecimiento e inmersión que tienen actualmente las empresas en el Internet, se debe considerar de importancia analizar el desarrollo de los sitios web, cada empresa busca entrar y posicionarse en la web aun siendo únicamente su objetivo el de hacerse publicidad, también se conoce de entidades que buscan incursionar en el comercio electrónico.

Un sitio web puede ser considerado un activo intangible si tomamos el solo hecho de que es identificable, de carácter no monetario y no tiene apariencia física. Sin embargo, para entrar en el análisis de lo que indica la norma, es necesario conocer cada fase de su creación.

- a) Planificación: en esta fase se incluyen aspectos como los objetivos de crear el sitio web, realizar estudios correspondientes, así como la elección de las alternativas adecuadas.
- b) Desarrollo e infraestructura: en esta fase se incluye lo relacionado a el dominio que tendrá el sitio, el hosting o almacenamiento, el desarrollo del sistema operativo que tendrá, así como las instalaciones de las diversas aplicaciones que tendrá la página y las respectivas pruebas de funcionamiento.
- c) Desarrollo de diseño y contenidos: esta etapa comprende la elaboración del diseño que tendrá el sitio, así como la cantidad y calidad de contenido. Esta información puede ser almacenada en bases de datos separadas

que se integran en el sitio web o pueden ser codificadas en las páginas en la red.

- d) Etapa operativa: esta etapa inicia cuando las etapas anteriores se completaron. En esta etapa la entidad mantiene y mejora las aplicaciones así como la estructura del sitio web.

En el proceso completo, la entidad realiza una inversión, lo que hay que evaluar es la materialidad de la inversión, cuánto representa de sus activos totales el desembolso que realiza por la inversión para el desarrollo del sitio web. Puede ser que en este sentido, la norma nos indique que en efecto todos los desembolsos internos son considerados como gasto por la materialidad monetaria y en el sentido de que por ser pequeña y mediana empresa, no cuente con los recursos para realizar un proyecto de investigación y de desarrollo como tal.

Como parte de la medición inicial, la norma también indica que puedes registrarse como activos los anticipos que se desembolsen por conceptos de investigación y desarrollo, pero no como intangibles. Así mismo hace énfasis en que no pueden tampoco reconocerse como activos intangibles los desembolsos que se hubieren realizado en períodos anteriores y que ya hayan sido reconocidos como parte del gasto.

3.2.4 Medición posterior al reconocimiento

La medición posterior al reconocimiento se refiere a la acción de valuar a una fecha antes de que termine su vida útil, un activo, con varios fines, como por ejemplo venderlo, intercambiarlo, o en el caso de los sitios web, evaluarlos periódicamente por el avance en la tecnología. Lo que norma indica al respecto es lo que se analiza a continuación:

“Una entidad medirá los activos intangibles al costo menos cualquier amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro de valor acumulada”.
(19:105)

Para realizar la medición posterior, la entidad debe en la medición inicial determinar la vida útil del activo intangible, ya que de ello dependerá la amortización para poder determinar la correcta medición posterior.

La medición posterior se da en los casos en que se considere necesario valorar el importe recuperable del activo intangible, es decir, comparar el valor del activo intangible en el mercado, por cuánto puede recuperarse si se vendiera, no solo se toma en cuenta la amortización que le haya correspondido, si no la pérdida por deterioro en caso la competencia proponga un valor menor.

3.2.5 Amortización a lo largo de la vida útil

Amortización se refiere al hecho de ir registrando en un período el desgaste o pérdida del valor que sufre el activo intangible a lo largo de su vida útil, es decir, se reconoce como gasto en forma proporcional a la vida útil esperada.

Para analizar la amortización de un sitio web reconocido como activo intangible, se describe lo que indica la norma:

“A efectos de esta NIIF, se considera que todos los activos intangibles tienen una vida útil finita. La vida útil de un activo intangible que surja de un derecho contractual o legal de otro tipo no excederá el periodo de esos derechos pero puede ser inferior, en función del periodo a lo largo del cual la entidad espera utilizar el activo. Si el derecho contractual o legal de otro tipo se hubiera fijado por un plazo limitado que puede ser renovado, la vida útil del activo intangible solo incluirá el periodo o los periodos de renovación cuando exista evidencia que

respalde la renovación por parte de la entidad sin un costo significativo”.
(19:106)

Para comprender el párrafo que indica la norma, es necesario primero comprender que es vida útil y qué es vida económica de un activo intangible.

La vida útil es el período en que la entidad espera dure el activo intangible, o sea el período en el que la entidad espera utilizar ese activo.

Para determinar la vida útil en el caso de un sitio web, la entidad debe tomar en cuenta varios aspectos, dentro de los más importantes o significativo se encuentra el avance tecnológico, la incidencia comercial de la competencia, la información pública que se tenga sobre otras estimaciones de vida útil para este tipo de activos. Deberá evaluar también la cantidad de desembolsos en mantenimiento para que el activo funcione, así como ver si la vida útil del activo intangible no depende de otros activos. Tomando en cuenta estos factores, la vida útil de un sitio web debe ser corta.

La vida económica de un activo debe entenderse como el período durante el cual se espera obtener los beneficios económicos por el activo intangible, no tomando en cuenta quien obtenga esos beneficios, es decir, para un sitio web se estimó que su vida económica es de diez años, sin embargo, a los tres años se vendió a otra entidad, la vida económica sigue siendo de diez años, lo que cambió fue su vida útil, para la primer empresa fue de tres mientras que para quien la adquirió será de siete años.

La norma indica que si existe algún indicio de que la vida útil de un activo ha cambiado, la entidad debe revisar sus estimaciones de la vida útil y contabilizar en forma prospectiva cualquier cambio como cambio en una estimación contable.

Si para una entidad se le dificulta realizar una estimación viable de la vida útil, debe considerar hasta un máximo de diez años como vida útil.

3.2.5.1 Período y método de amortización de un sitio web

Es necesario conocer y determinar el período en el que se amortizará un activo intangible, así como el método que se utilizará de acuerdo a las estimaciones iniciales que haya realizado la entidad.

Lo que indica la norma, se describe a continuación:

“Una entidad distribuirá el importe depreciable de un activo intangible de forma sistemática a lo largo de su vida útil. El cargo por amortización de cada periodo se reconocerá como un gasto, a menos que otra sección de esta NIIF requiera que el costo se reconozca como parte del costo de un activo, tal como inventarios o propiedades, planta y equipo.

La amortización comenzará cuando el activo intangible esté disponible para su utilización, es decir, cuando se encuentre en la ubicación y condiciones necesarias para que se pueda usar de la forma prevista por la gerencia. La amortización cesa cuando el activo se da de baja en cuentas. La entidad elegirá un método de amortización que refleje el patrón esperado de consumo de los beneficios económicos futuros derivados del activo. Si la entidad no puede determinar ese patrón de forma fiable, utilizará el método lineal de amortización”.
(19:106)

Para un sitio web considerado como activo intangible, la vida útil que la entidad considere debe estar basada en hechos objetivos, tomando en consideración los avances en la tecnología y en las comunicaciones, los accesos a internet para la población y para el mercado al que desea enfocarse.

Después de haber determinado la vida útil, debe de elegir el método de amortización, la elección del método de amortización de un sitio web va ligada a la forma en que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros que estimó en la medición inicial, es decir, la amortización no es más que el consumo en el tiempo de los beneficios económicos futuros.

Los métodos de amortización más frecuentes que se conocen son:

- a) El método lineal: en el cual la amortización se distribuye uniformemente durante el tiempo de vida útil, es el método que recomienda la norma en caso sea para la entidad muy difícil determinar la obtención de los beneficios económicos en forma fiable.
- b) El método de depreciación decreciente: en este método, el mayor gasto se reconoce en los primeros años tomando como punto de partida un porcentaje fijo en relación al importe en libros de apertura, tomando en cuenta que se espera los beneficios económicos se obtengan también en los primeros años.
- c) El método de unidad de producción: el gasto por amortización se da con base a su utilización, unidades producidas o actividad, no se da en función del tiempo si no de lo que produzca.

Por la constitución de un sitio web, por el destino del mismo y lo que se espera obtener, es recomendable amortizar con base al método lineal, considerando que la vida útil para un sitio web no puede ser por un período largo y considerando que es el método por el cual se obtendrá un mejor patrón sobre la obtención de los beneficios económicos futuros que vaya a generar e sitio web.

3.2.5.2 Valor residual de los sitios web como activos intangibles

Se debe considerar antes de entrar al detalle, qué es valor residual, éste se refiere al valor que se estima, una entidad puede obtener el día de hoy si decide prescindir de un activo, siempre y cuando el activo ya hubiera alcanzado sus beneficios y consumido su vida útil. En otras palabras, valor residual es lo que la entidad recibiría si vende un activo que ya se encuentre en el final de su vida útil.

Lo que indica la norma, respecto a la vida útil, es como sigue a continuación:

“Una entidad supondrá que el valor residual de un activo intangible es cero a menos que:

- a) Exista un compromiso, por parte de un tercero, para comprar el activo al final de su vida útil, o que
- b) Exista un mercado activo para el activo y:
 - 1. Pueda determinarse el valor residual con referencia a ese mercado, y
 - 2. Sea probable que este mercado existirá al final de la vida útil del activo”. (19:106)

Como primer punto, debe de describirse qué significa mercado activo, para poder comprender y enfatizar los puntos respecto el valor residual para un sitio web.

Un mercado activo es un mercado en el que los bienes y servicios que se intercambian son homogéneos, es decir, son de características similares y comparables.

Un mercado activo es un mercado en el que se encuentran vendedores y compradores en todo momento, generalmente.

Un mercado activo es un mercado en el que los precios están disponibles al público, es decir, se puede conocer el valor de los activos.

Tomando los puntos anteriores como base, por eso se dice que los activos intangibles son únicos, porque no existe como tal un mercado en donde se comercien los activos intangibles, no hay una base de comparabilidad y es por esta misma razón que la norma indica que el valor residual para un activo intangible es cero.

Para los sitios web se aplica este pronunciamiento, puesto que cada sitio web es particular, se adecua a los objetivos de la entidad y a las necesidades de la entidad. El sitio web será diseñado o adquirido para un objetivo en específico de la entidad y se regirá de acuerdo a las actualizaciones que se generen por el mismo crecimiento y desarrollo de la tecnología. La entidad debe velar y actualizar lo que concierne a su tipo de sitio web.

En el caso de que el sitio web se diseñe y surja un compromiso con un tercero, de adquirir ese activo intangible, que generalmente estaría estipulado en un contrato en el que se acuerden las condiciones y el plazo, ya que estos datos le servirán a la entidad para determinar el valor residual a la fecha en que se espera rescindir del sitio web para ser vendido o transferido hacia el tercero en juego.

3.2.5.3 Revisión del período y del método de amortización del sitio web como activo intangible

Siempre es importante revisar los factores que puedan afectar el saldo y razonabilidad de las cifras en la información financiera de la entidad. En este caso, la norma es clara y enfática al indicar que deben realizarse revisiones tanto al periodo de vida útil como al método de amortización que utiliza la entidad en sus activos intangibles.

Para comprender mejor esta parte, se describe lo que indica la norma:

“Factores tales como un cambio en cómo se usa un activo intangible, avances tecnológicos y cambios en los precios de mercado podrían indicar que ha cambiado el valor residual o la vida útil de un activo intangible desde la fecha sobre la que se informa correspondiente al periodo anual más reciente. Si estos indicadores están presentes, una entidad revisará sus estimaciones anteriores y, si las expectativas actuales son diferentes, modificará el valor residual, el método de amortización o la vida útil. La entidad contabilizará el cambio en el valor residual, el método de amortización o la vida útil como un cambio en una estimación contable, de acuerdo con los párrafos del 10.15 al 10.18”. (19:106)

Este procedimiento es importante y vital en las entidades que desarrollen un sitio web o estén incursionando en nuevas alternativas de generar beneficios económicos futuros y consideren a su sitio web como un activo intangible, ya que en todo proyecto se corren riesgos, es posible que el sitio web no genere los beneficios esperados, toda la inversión que se utilizó debe de revisarse y realizar los cambios en las estimaciones o incluso ajustarlos como errores si ese fuera el caso.

También es importante considerar los avances tecnológicos muy importantes para los sitios web, que aunque sean constantes las actualizaciones, la entidad debe estar al pendiente y valorar si dichas actualizaciones le competen o no le competen a su sitio web para que sea funcional.

3.2.6 Recuperación del importe en libros, pérdida por deterioro del valor

Es importante mencionar el significado de pérdida por deterioro de valor, ésta se refiere en sencillas palabras cuando el valor en libros es mayor al valor recuperable, es decir, se espera recibir menos de lo que realmente vale.

La norma indica respecto este tema sobre los activos intangibles:

“Para determinar si el valor de un activo intangible se ha deteriorado, la entidad debe aplicar la Sección 27. Esta sección explica cuándo y cómo una entidad ha de proceder para revisar el importe en libros de sus activos, cómo determina el importe recuperable de un activo y cuándo reconoce o revierte una pérdida por deterioro en su valor”. (19:107)

Para una entidad que posee un sitio web como activo intangible, debe de estar evaluando, al final de cada período contable si existe algún indicio de deterioro en su valor, para determinar si ajusta su vida útil o el método de amortización utilizado. Incluso si no se reconociese ningún deterioro de valor, debe de realizar las revisiones.

3.2.7 Retiros y disposiciones de activos intangibles

Al hablar de disposición de un activo intangible se refiere a la venta, donación o entrega de ese activo, de forma que se considera como parte de los ingresos ordinarios de la entidad.

Al hablar de retiro se refiere a que se estima que el activo intangible ya no generará beneficios económicos futuros y se considerará una baja de activo.

Al respecto, la norma indica:

“Una entidad dará de baja un activo intangible y reconocerá una ganancia o pérdida en el resultado del periodo:

- a) En la disposición; o
- b) Cuando no se espere obtener beneficios económicos futuros por su uso o disposición”. (19:107)

En este sentido, la pérdida o ganancia que resulte de la baja del sitio web, primero se debe determinar como la diferencia entre el importe por el que se vende, transfiere o se dará de baja, contra el valor en libros. Se reconoce en resultados cuando se dé de baja, a menos que la entidad haya otorgado el sitio web en arrendamiento, en este caso se dará de baja como activo intangible, pero se reconocerá como arrendamientos en la sección específica que tienen la norma para ese tratamiento.

Para los sitios web es muy raro encontrar un tema de venta del sitio, es más probable que amortice en el tiempo de su vida útil o que ya no se espere obtener beneficios económicos futuros porque ha quedado obsoleto.

3.2.8 Información a revelar de sitios web como activos intangibles

La información a revelar que indica la norma, se refiere a lo que debe mostrar el saldo de cuenta, en este caso el saldo de los activos intangibles dentro de los estados financieros. Es importante mencionar que la información a revelar dependerá del grado de materialidad de la cuenta, si es muy importante para abrir una nota explicativa a los estados financieros y detallar lo que la norma solicita.

Para los sitios web como activos intangibles, habrá que considerar cuánto representa esa partida en el estado de situación financiera de la entidad, lo que sí es necesario indicar son las políticas contables relativas a esta sección.

A continuación se transcribe lo que la norma indica como información a revelar en los estados financieros a la fecha que se informa:

“Una entidad revelará, para cada clase de activos intangibles, lo siguiente:

- a) Las vidas útiles o las tasas de amortización utilizadas.
- b) Los métodos de amortización utilizados.
- c) El importe en libros bruto y cualquier amortización acumulada (junto con el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor), tanto al principio como al final de cada periodo sobre el que se informa.
- d) La partida o partidas, en el estado de resultado integral (y en el estado de resultados, si se presenta) en las que está incluida cualquier amortización de los activos intangibles.

e) Una conciliación entre los importes en libros al principio y al final del periodo sobre el que se informa, que muestre por separado:

(i) Las adiciones.

(ii) Las disposiciones.

(iii) Las adquisiciones mediante combinaciones de negocios.

(iv) La amortización.

(v) Las pérdidas por deterioro del valor.

(vi) Otros cambios.

No es necesario presentar esta conciliación para periodos anteriores.

Una entidad revelará también:

a) Una descripción, el importe en libros y el periodo de amortización restante de cualquier activo intangible individual que sea significativo para los estados financieros de la entidad.

b) Para los activos intangibles adquiridos mediante una subvención del gobierno, y que hayan sido reconocidos inicialmente al valor razonable (véase el párrafo 18.12):

(i) el valor razonable por el que se han reconocido inicialmente estos activos; y

(ii) sus importes en libros.

- (iii) La existencia e importes en libros de los activos intangibles a cuya titularidad la entidad tiene alguna restricción o que está pignorada como garantía de deudas.
- (iv) El importe de los compromisos contractuales para la adquisición de activos intangibles.” (19:1387)

“Una entidad revelará el importe agregado de los desembolsos en investigación y desarrollo reconocido como un gasto durante el periodo (es decir, el importe de los desembolsos incurridos internamente en investigación y desarrollo que no se ha capitalizado como parte del costo de otro activo que cumple los criterios de reconocimiento de esta NIIF)”. (19:1388)

Es importante recalcar que la norma indica que si la entidad posee varios activos intangibles, no solo el sitio web, debe revelar información para cada partida de activo intangible en la nota de políticas contables y si el saldo es material, abrir una nota adicional explicativa a los estados financieros, en donde se detalle el movimiento del período a la fecha en que se informa.

Dentro de la otra información a revelar, es bastante explícita la norma en que debe ser información importante sobre compromisos adquiridos que se tengan sobre los activos intangibles.

Cabe mencionar que el objetivo de los estados financieros es proporcionar información objetiva y que los saldos que se presenten sean lo más razonables posibles, para que la información sea comprensible para los terceros que la leen o revisan.

Para los sitios web generados internamente, la norma dirige la instrucción en revelar los desembolsos en el estado de resultados, generalmente en una nota a los estados financieros antes de la ganancia de impuestos.

CAPÍTULO IV
EL RECONOCIMIENTO CONTABLE DE LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB
EN UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA
(CASO PRÁCTICO)

Toda investigación debe comprobarse, mostrando el resultado de los procedimientos aplicados y del conocimiento adquirido en el proceso. Por lo anterior en este caso práctico, se destaca la participación del Contador Público y Auditor en la aplicación de los procedimientos contables para el adecuado registro, de acuerdo a la Norma Internacional de Información Financiera para las pequeñas y medianas Entidades – NIIF para las PYMES – en la sección dieciocho, durante el proceso de crear e implementar un sitio web dedicado a las ventas en una empresa de comida rápida.

4.1 Generalidades de la empresa

A continuación se describen las generalidades de la empresa, donde se desarrolló la investigación:

Aleros, Sociedad Anónima, inició sus operaciones en 1999, como persona individual, teniendo como mercado objetivo los vecinos de su sector en la zona 7 de la ciudad capital. Conforme creció la demanda, también creció la oportunidad de expansión, lo que originó una asociación en familia para atender dicha demanda, formando una empresa familiar y buscando nuevos mercados.

Aleros, Sociedad Anónima, se constituyó como sociedad anónima, de acuerdo con las leyes de la república de Guatemala, el 16 de enero de 2006. Siendo su

principal objetivo la producción y venta de alimentos en la modalidad de comida rápida, ofreciendo menús de hamburguesas y sándwiches.

Aleros, Sociedad Anónima, es una cadena de restaurantes de comida rápida que ha crecido y se ha mantenido, teniendo como mercado principal a los vecinos de las colonias aledañas en la capital, así como a la población estudiantil derivado que se ubican cerca de colegios así como de universidades. Actualmente cuenta con 8 restaurantes de comida rápida, con 69 empleados y con servicio a domicilio lo que ha incrementado sus ingresos, por el buen servicio que presta a sus clientes.

Dentro de su estructura organizacional, cuenta con una junta directiva, apoyo de auditoría interna y auditoría externa, un director general, un director de operaciones y logística, un director de finanzas y administración, los últimos dos responsables de las gerencias para la operación de la empresa.

Sus ventas se han incrementado con la incursión en el servicio a domicilio, mismo que empezó a funcionar en el año 2010, aumentando sus ventas en un 60% ya que también fueron años en los que se abrieron más restaurantes, de 4 que tenían llegaron a 8.

La demanda de crecimiento ha llevado a sus gerentes a tener ideas innovadoras para el negocio, por lo cual deciden incursionar en el comercio electrónico a través de las ventas por internet, desarrollando un sitio web para el restaurante, en el cual les permita no solo darse a conocer sino ser un medio de captura de pedidos de clientes así como de venta, ofrecer un servicio de calidad en atención al cliente.

El director de operaciones y logística de Aleros, Sociedad Anónima considera que actualmente estar presentes en la red no es simplemente otra opción, sino

una obligación al encontrar un mercado para incursionar, una necesidad de no quedarse atrás con los cambios tecnológicos y aprovechar al mercado emergente en la juventud.

La tecnología evoluciona día con día y antes se creían que las redes sociales y el internet estaba dirigido a cierto sector de la sociedad, sin embargo en los últimos años se ha demostrado que a través del internet puede llegarse a cualquier parte de Guatemala, ya que su avance ha sido motivado con el ingreso de nuevos usuarios, nueva población, teléfonos inteligentes, entre otros.

Aprovechando el crecimiento que ha presentado Aleros, Sociedad Anónima con el servicio a domicilio, propone agregar otra línea de servicios así como otro canal de ventas a la empresa, ventas en internet a través de su sitio web.

Razones por las cuales se presenta a dirección general la propuesta para contratar los servicios de especialistas en sitios web, desde la planificación, implementación, pruebas y funcionamiento, así como el soporte y actualización que requiera. El sitio web más que una moda, la empresa lo toma como una necesidad mercadológica y de expansión.

4.2 Participación del Contador Público y Auditor en el proyecto web a realizar

En cada proyecto que se lleve a cabo en Aleros, Sociedad Anónima, junta directiva tiene como política que se realice el análisis respectivo en cuanto a costos y riesgos que afecten a la empresa en rentabilidad, funcionamiento, entre otros aspectos, dependiendo el tipo de proyecto. Esta responsabilidad se ha designado al Contador Público y Auditor quien desempeña el puesto de director de finanzas y administración y es quien tiene a su cargo la parte financiera y contable de Aleros, Sociedad Anónima.

4.2.1 Solicitud del proyecto a realizar

A continuación se presenta la solicitud que realizó la dirección general al director de finanzas y administración, para llevar a cabo el proyecto de la creación de un sitio web en Aleros, Sociedad Anónima.

A L E R O S Aleros, Sociedad Anónima	
MEMORANDUM INTERNO	
Para:	Licda. Reina López - Directora de Finanzas y Administración
De:	Licda. Alejandra Gómez – Directora General
Fecha:	Guatemala, 12 de diciembre 2014
Asunto:	Proyecto Sitio web
<p>Derivado del proyecto del sitio web a realizar en Aleros Sociedad Anónima, presentado en la asamblea de junta directiva del pasado 10 de diciembre 2014, reiteramos los objetivos del proyecto que involucran a su dirección:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Crear una línea de servicios y ventas a través del sitio web, que permita llegar a cualquier usuario en cualquier hora y día de la semana.2. Incrementar nuestro número de restaurantes para poder brindar el servicio a domicilio que nos requieran por medio del sitio web.3. Reducir costos para la empresa, al centralizar el manejo y control de ventas a través del sitio web. <p>Razones por las cuales solicitamos presente a dirección general un plan de trabajo, indicando qué le conviene más a Aleros, Sociedad Anónima de acuerdo a la normativa técnica a la que estamos sujetos, presupuesto de costos y gastos en los que Aleros Sociedad Anónima incurrirá.</p> <p>Atentamente,</p> <p> Licda. Alejandra Gómez Dirección General</p> <p>Vo.Bo. C/ archivo</p> <hr/> <p style="text-align: right;">Aleros en alimentarte al instante.</p>	

4.2.2 Presentación del plan de trabajo

A continuación se muestra la propuesta del plan de trabajo de la dirección de finanzas y administración, aceptada por la dirección general, para el proyecto del sitio web en Aleros, Sociedad Anónima,

A L E R O S
Aleros, Sociedad Anónima

MEMORANDUM INTERNO

Para: Licda. Alejandra Gómez – Directora General
De: Licda. Reina López - Directora de Finanzas y Administración
Fecha: Guatemala, 14 de diciembre 2014
Asunto: Proyecto Sitio web

De acuerdo a solicitud de fecha 12 de diciembre 2014, a continuación presento el plan de trabajo del equipo de finanzas y administración, en relación al proyecto de sitio web a desarrollar en Aleros, Sociedad Anónima:

Trabajo a realizar:

1. Análisis y proyecciones de ventas por medio del sitio web, para los próximos tres años.
2. Elaboración del presupuesto del proyecto de sitio web, tomando como referencia la propuesta de servicios del proveedor “Profesionales de la We, S.A.”, aceptada por junta directiva.
3. Revisión y análisis al presupuesto de costos y gastos del sitio web, registros contables de los desembolsos en cada fase del proyecto de acuerdo a Niif
4. Evaluación de posibles riesgos del proyecto del sitio web, en cada fase del
5. Elaboración y presentación del informe por el trabajo realizado.

Tiempo estimado:

1. El tiempo es de 20 semanas, que se inician la segunda semana de enero 2015 y finalizan en la tercera semana de mayo 2015, se trabajará en forma paralela a la propuesta de tiempo del proveedor del sitio web, en las fases de planificación, implantación y evaluación, seguimiento y actualización.

Aleros en alimentarte al instante.

A L E R O S

Aleros, Sociedad Anónima

1. Es importante indicar que el proyecto está sujeto a inconvenientes que puedan presentarse, por lo cual el tiempo estimado podría extenderse.

Personal involucrado:

1. Gerencia de contabilidad: será la encargada de la supervisión al presupuesto de costos y gastos y a los registros contables oportunos de cada desembolso.
2. Gerencia de informática: será la encargada de la supervisión y pruebas del sitio web desde la planificación hasta su funcionamiento.
3. Gerencias de restaurantes, mercadeo y logística, se coordinará con el director de operaciones.

Este plan de trabajo fue elaborado con base a la propuesta aceptada del proveedor Profesionales de la Web, S.A.

Atentamente,

Reina López

Licda. Reina López
Dirección de finanzas y administración

Vo.Bo.
C/ archivo

Aleros en alimentarte al instante.

4.3 Desarrollo del caso práctico con base a la propuesta presentada

El desarrollo del trabajo del director de finanzas y administración para el proyecto de la creación del sitio web en Aleros, Sociedad Anónima, se realiza en diferentes etapas y fases.

En la fase inicial o de planificación del proyecto se realiza el presupuesto de costos y gastos para el proyecto del sitio web, este presupuesto involucra a las gerencias de informática, contabilidad, mercadeo, restaurantes y logística.

Así también se realiza el análisis de las ventas de los últimos cinco años y la proyección de ventas para los siguientes tres años, tomando en cuenta las ventas que se esperan obtener a través del sitio web.

En las fases de realización, implantación y evaluación, seguimiento y actualización, se realizan los registros contables correspondientes en cada fase, revisando el presupuesto con los desembolsos reales realizados.

Los registros contables se realizan tomando como base la sección 18 de la NIIF para las Pymes, activos intangibles distintos de la plusvalía.

Forma parte de la fase inicial el análisis y proyecciones de ventas, la cual también es responsabilidad del director de finanzas y administración, como Contador Público de Aleros, Sociedad Anónima.

En cada fase se realiza el análisis de riesgos, para detectar los posibles riesgos que puedan afectar la disponibilidad de efectivo de la entidad o el área vulnerable que pueda involucrar un riesgo material a las operaciones de la entidad.

Se elabora un informe para presentar a junta directiva, al final del proyecto del sitio web, de acuerdo a lo solicitado por dirección general, en donde se muestra el resultado del trabajo. Adicional se presentan los estados financieros al 31 de diciembre del año 2015, mostrando el efecto de reconocer como activo intangible el proyecto del sitio web.

4.3.1 Presupuesto de costos y gastos para el proyecto del sitio web

La entidad presupuestó entre costos y gastos para el desarrollo del sitio web, un total de Q469,862.64, dentro de los cuales se incluyen:

1. Equipo completo de computación: es decir, una computadora que servirá como centralizadora del sitio web, desde donde se llevará la administración del mismo, captura de pedidos y control de ventas, visitas, clientes, entre otras tareas, del sitio web. De acuerdo a estimaciones del gerente de informática de Aleros, Sociedad Anónima, el presupuesto para este equipo es de Q12,500.00.
2. Un programa o sistema contable que se encuentre en línea con el sitio web y las bodegas de inventario: que permita a través del sitio web tomar el pedido y dar la orden en producción para reservar los ingredientes, al mismo tiempo que de un aviso al restaurante seleccionado, de acuerdo a la cercanía de donde realizan el pedido. El gerente de informática ha considerado un valor de Q8,000.00 para adquirir el programa.
3. Gastos indirectos y gastos operativos: se presupuestó asignando del total de estos gastos en la operación normal un 15% al desarrollo del sitio web, por el período de desarrollo del mismo o por el periodo de prueba, considerando que es una etapa inicial de proyecto y los costos y gastos se encuentran

enfocados en mayor parte a la operación normal de la empresa. Estos gastos estimados se detallan a continuación:

- a) **Internet:** el costo promedio mensual es de Q2,350.00, asignando un 15% al desarrollo del sitio web por los 5 meses estimados, el costo proyectado por internet es de Q1,762.50.
- b) **Energía Eléctrica:** el costo promedio mensual de este servicio es de Q12,500.00, asignando un 15% por el período de prueba del sitio web, el costo proyectado de energía eléctrica es de Q5.500.00.
- c) **Publicidad:** la entidad iniciará con una campaña agresiva de publicidad y propaganda del sitio web, desde el inicio del desarrollo del sitio web, ésta campaña se espera que se realice tanto en los medios de comunicación escritos, televisivos, en redes sociales y en vallas publicitarias, por lo cual la gerencia de mercadeo estima desembolsar durante el período de desarrollo del sitio web, aproximadamente Q95,000.00
- d) **Sueldos de informática y mercadeo:** la entidad proyecta que durante el período de desarrollo del sitio web, desembolsará en sueldos de gerencia de mercadeo, en sueldos de dos diseñadores publicistas y en sueldo de gerencia de informática, por lo que asigna del sueldo mensual ordinario de cada uno un 15% para el proyecto del sitio web, a razón del sueldo de gerente de mercadeo sueldo mensual de Q8,000.00, sueldo de los dos diseñadores sueldo mensual de Q7,000.00 en total, sueldo de gerencia de informática sueldo mensual Q9,000.00 y en los dos asistentes de soporte técnico sueldo mensual de Q8,000.00 en total.
- e) **Sueldo personal de restaurantes:** la entidad estima un 15% del total de sueldos del personal de restaurantes, así como de gerencia de restaurantes,

en el período de lanzamiento y prueba del sitio web, ya que es ahí en donde se incurrirá en la participación de este personal. Los sueldos mensuales son: 1 gerencia de restaurante Q8,000.00, 8 jefes de restaurantes Q6,000.00, 16 meseros Q2,750.00 y 16 cocineros Q2,750.00, así como 8 motoristas Q3,000.00 de sueldo mensual a cada uno. Considera asignar del desembolso mensual un 15% durante tres meses que dura la fase de lanzamiento y prueba del sitio web.

- f) **Sueldo personal logística y bodega:** la entidad estima considerar un 15% también del sueldo del personal de logística y bodega, por el período de prueba del sitio web que es de tres meses. A razón de sueldo mensual de un gerente de logística Q8,000.00 y sueldo mensual de 2 personas de bodega Q3,500.00 cada uno.

- g) **Gastos por depreciación vehículos y gasolina:** la entidad estima asignar de igual manera un 15% del total de depreciación de las 8 motos que posee, así como el 15% del total de gastos por combustible mensual, siempre en el proceso de prueba del sitio web, que es de tres meses. Los gastos por estos conceptos en la operación normal son: depreciación mensual de Q1,133.33 y gasto por combustible mensual de Q250.00 mensuales por cada motorista.

- h) **Gastos por depreciación maquinaria y equipo de cocina:** la entidad proyecta un 15% del total de depreciación mensual por el período de prueba del sitio web, que se espera ese porcentaje se consuma por el uso de maquinaria y equipo por las ventas generadas a través del sitio web. El valor mensual de depreciación es de Q12,583.00 y Q7,501.00 respectivamente.

- i) **Gastos por Alquileres, Agua Potable e Insumos para cocina:** la entidad también proyecta durante el período de prueba del sitio web, que es de tres meses, el 15% del total de gastos incurridos en esos meses por estos

conceptos, ya que se espera que este porcentaje es el que se consuma por las ventas que surjan del sitio web. Los gastos promedio mensuales por alquileres son de Q20,500.00 por los 8 restaurantes, por agua potable es de Q8,400.00 y de insumos es de Q4,500.00 en promedio mensual.

- j) **Comisiones tarjeta de crédito:** la entidad estima asignar el 15% de la comisión que paga a las compañías de tarjeta de crédito, ya que en el sitio web también pueden pagar los clientes con tarjeta de crédito o débito. El porcentaje que cobran la compañía es en promedio del 5%, estimando ventas de Q300,000.00 durante el tiempo de prueba que es de tres meses, se estima el 15% del 5% que se paga cada mes.
- k) **Imprevistos:** la entidad estima como en todo proyecto, puedan presentarse imprevistos, un 3% del total de la propuesta de servicios por el desarrollo del sitio web.

4.3.2 Resumen del presupuesto para el proyecto del desarrollo del sitio web

A continuación se presenta el resumen del presupuesto aprobado para el proyecto del desarrollo del sitio web en Aleros, Sociedad Anónima, elaborado por el director de finanzas y administración:

Presupuesto del desarrollo del sitio web		
No.	Descripción de los desembolsos	Presupuesto
1	Fase de planificación	Q 5,894.90
2	Fase de realización	Q 58,949.00
3	Fase de implantación	Q 17,684.70
4	Fase de evaluación	Q 11,789.80
5	Fase de seguimiento	Q 11,789.80
6	Fase de actualización	Q 11,789.80
7	Equipo de computación para acceder al sitio	Q 12,500.00
8	Software de pedidos en línea con sistema de inventarios.	Q 8,000.00
9	Internet proporcional por el período de desarrollo del sitio	Q 7,500.00
10	Sueldo de Informática por el período de desarrollo del sitio	Q 6,750.00
11	Sueldo de Soporte Técnico por el período de desarrollo del sitio	Q 6,000.00
12	Sueldos personal de logística y bodegas en el período de prueba, seguimiento y evaluación	Q 6,750.00
13	Gastos de publicidad por el período de desarrollo del sitio	Q 95,000.00
14	Comisión por cobro con tarjeta de crédito, por ventas en el período de prueba	Q 6,750.00
15	Gastos de gasolina, por entregas de pedidos en el período de prueba	Q 900.00
16	Depreciación de motos, por entregas de pedidos en el período de prueba	Q 510.00
17	Sueldos de mercadeo y publicidad por el período de desarrollo del sitio	Q 6,000.00
18	Sueldos de medios y diseño gráfico por el período de desarrollo del sitio	Q 5,250.00
19	Sueldo responsable del manejo del sitio web en el restaurante, en el período de prueba, seguimiento y evaluación	Q 3,600.00
20	Sueldos de motoristas, en el período de prueba, seguimiento y evaluación	Q 10,800.00
21	Sueldos personal de restaurantes, en el período de prueba, seguimiento y evaluación	Q 61,200.00
22	Otros imprevistos 3% del total presupuestado	Q 3,536.94
23	Energía eléctrica, por el período de desarrollo del sitio	Q 2,000.00
24	Agua potable, período de prueba	Q 3,780.00
25	Alquiler, período de prueba	Q 9,225.00
26	Insumos y utensilios, período de prueba	Q 2,025.00
27	Dep. Maquinaria cocina, período de prueba	Q 5,662.35
28	Dep. Equipo cocina, período de prueba	Q 3,375.45
TOTAL POR EL PROYECTO		Q 568,454.94



Licda. Alejandra Gómez
 Directora General
 Aprobado 27 de diciembre 2014

Aleros en alimentarte al instante.

4.3.3 Análisis y proyección de ventas

El análisis del comportamiento de ventas histórico y la proyección de ventas para los siguientes años, se realizó para obtener la perspectiva de rentabilidad del sitio web, demostrando que sí se cuenta con un mercado potencial para explotar y crecer.

4.3.3.1 Análisis del comportamiento histórico de ventas

A continuación se presenta el análisis en el comportamiento de las ventas de Aleros, Sociedad Anónima en los últimos cinco años.

Aleros, Sociedad Anónima					
Análisis en valores de ventas de los últimos cinco años					
Descripción	2010	2011	2012	2013	2014
Menús hamburguesas	Q 331,776	Q 364,954	Q 576,000	Q 1,105,920	Q 1,596,672
Menús Sandwiches	Q 119,232	Q 131,155	Q 207,000	Q 397,440	Q 573,804
Menús desayunos	Q 36,288	Q 39,917	Q 63,000	Q 120,960	Q 174,636
Postres	Q 20,736	Q 22,810	Q 36,000	Q 69,120	Q 99,792
Bebidas	Q 10,368	Q 11,405	Q 18,000	Q 34,560	Q 49,896
Totales	Q 518,400	Q 570,240	Q 900,000	Q 1,728,000	Q 2,494,800

El incremento significativo en las ventas se debió principalmente a la apertura de 4 restaurantes más, a partir del año 2011 se abrió un restaurante por año.

Otro de los factores que influyó en el incremento de las ventas fue el valor de cada menú, Aleros, Sociedad Anónima incremento en un quetzal el valor de cada menú por año. Para el año 2014 el promedio de precios de cada menú fue de Q23.00.

Como otro factor importante en el incremento de las ventas, fueron las metas de ventas propuestas por Aleros, Sociedad Anónima y que tuvo impacto, ya que en el año 2010 se vendieron aproximadamente 20 pedidos al día por cada restaurante, llegando en el año 2014 a despachar 45 pedidos diarios por restaurante.

4.3.3.2 Proyección de ventas

La proyección de ventas se realizó para los tres años siguientes, tomando el año 2016 como primer año de proyección.

Se realizó el análisis tomando como base el incremento histórico tanto en unidades como en precios.

Se hizo énfasis en el proyecto en el que Aleros, Sociedad Anónima está invirtiendo, ventas por internet a través del sitio web. Por lo cual se presentan las proyecciones de ventas que se esperan obtener por este canal de ventas y cómo se espera impacten en los ingresos para Aleros, Sociedad Anónima.

Aleros, Sociedad Anónima			
Ventas totales			
Proyección a tres años			
Descripción	2016	2017	2018
Menús hamburguesas	Q 3,764,154	Q 4,328,777	Q 4,978,094
Menús Sandwiches	Q 1,352,743	Q 1,555,654	Q 1,789,003
Menús desayunos	Q 401,663	Q 461,912	Q 531,199
Postres	Q 235,260	Q 270,549	Q 311,131
Bebidas	Q 117,630	Q 135,274	Q 155,565
Totales	Q 5,871,449	Q 6,752,167	Q 7,764,992

En la proyección de ventas totales no se considera un incremento de ventas en restaurantes ni a domicilio en la venta tradicional. Se proyecta que el incremento sea por medio del sitio web.

El incremento en ventas se proyecta que se obtenga de las ventas por internet, Aleros, Sociedad Anónima no tiene planificado la apertura de más restaurantes ni incrementar el precio de venta de sus productos.

La estrategia se enfoca principalmente en las ventas por internet, así como el crecimiento normal que ha presentado en los últimos cinco años en promedio un incremento del 15% de las ventas normales en restaurantes y a domicilio.

Aleros, Sociedad Anónima			
Ventas que se esperan obtener del sitio web			
Proyección a tres años			
Descripción	2016	2017	2018
Menús hamburguesas	240	279	321
Menús Sandwiches	86	100	115
Menús desayunos	26	30	34
Postres	15	17	20
Bebidas	8	9	10
Total en cantidades	375	435	500
Costo promedio en quetzales	Q 23	Q 23	Q 23
Ventas diarias en quetzales	Q 8,625	Q 10,005	Q 11,500
Ventas mensuales en quetzales	Q 258,750	Q 300,150	Q 345,000
Ventas anuales en quetzales	Q 3,105,000	Q 3,601,800	Q 4,140,000
% en relación a ventas totales	52.88%	53.34%	53.32%

En la proyección anterior se muestran las ventas por menú que se coloca de meta Aleros, Sociedad Anónima para los siguientes tres años, iniciando en el año 2015 que se logren vender 310 menús diarios en total a través del sitio web y en el año 2016 se logren vender 375.

Cumpliendo ese patrón en el comportamiento, las ventas a través del sitio web representarían más del 50% del total de las ventas de Aleros, Sociedad Anónima.

Considerando que el mercado al que se enfocarán es al estudiantil a nivel universitario así como al mercado de la población trabajadora, promocionando el acceso para pedidos a través de tablets, teléfonos inteligentes, computadoras y otros medios tecnológicos, desde cualquier lugar y a cualquier hora.

Dentro de las estrategias de venta y mercadeo se encuentra la opción de realizar el pedido y programar la entrega reservando para hora, lugar y día específico, así también se iniciará con la estrategia de pasar a recoger el pedido al restaurante más conveniente a través de “Keepcalm and pick You”.

4.3.4 Análisis de los registros contables del proyecto del desarrollo del sitio web

Basado en el presupuesto aprobado por junta directiva, se realizó el análisis de cada rubro y desembolso que realizará Aleros, Sociedad Anónima durante el proyecto del desarrollo del sitio web, desde la planificación hasta la puesta en marcha del sitio.

La base técnica que se utiliza para este análisis es la sección 18 de la NIIF para las Pymes, Activos intangibles distintos de la plusvalía, ya que como parte de la investigación, esta sección es la que indica el tratamiento contable para los casos una entidad requiera realizar proyectos de sitios web.

A continuación se describen los principales aspectos analizados que indica dicha sección de la NIIF para las Pymes.

4.3.4.1 Principios para el reconocimiento contable de activos intangibles

Para analizar los principios de reconocimiento contable de activos intangibles que indica la sección 18 de la NIIF para las Pymes, se toma de base el presupuesto aprobado por dirección general, indicando la clasificación contable que se le asigna.

Aleros, Sociedad Anónima			
Presupuesto aprobado para desarrollo de Sitio Web			
No.	Descripción de los desembolsos	Presupuesto	Reconocimiento contable
1	Fase de planificación	Q 5,895	Activo intangible
2	Fase de realización	Q 58,949	Activo intangible
3	Fase de implantación	Q 17,685	Activo intangible
4	Fase de evaluación	Q 11,790	Activo intangible
5	Fase de seguimiento	Q 11,790	Activo intangible
6	Fase de actualización	Q 11,790	Activo intangible
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE		Q 117,898	

Puede observarse que el costo del activo intangible proyectado es de Q117,898.00, monto que Aleros, Sociedad Anónima desembolsará a la empresa Profesionales de la Web, S.A. quien es el proveedor que desarrollará el sitio web.

Con estos desembolsos a realizar, Aleros, Sociedad Anónima estaría cumpliendo con dos de los principios requeridos para el reconocimiento de un activo intangible en la sección 18 de la norma, en el párrafo 18.4 inciso b) indica el costo o el valor del activo puede ser medio con fiabilidad.

Es decir, la empresa que desarrollará el sitio web está indicando el valor del proyecto a realizar, por lo tanto sí se conoce el valor o costo del activo.

El otro principio que indica la sección 18 de la norma es en el párrafo 18.4 inciso c) el activo no es resultado del desembolso incurrido internamente en un elemento intangible. Derivado que el desarrollo del sitio será realizado por un proveedor ajeno a Aleros, Sociedad Anónima, se cumple con este principio para reconocerlo como un activo intangible.

El tercer principio que la sección 18 de la norma establece, es en el párrafo 18.4 inciso a) es probable que los beneficios económicos futuros esperados se han atribuido al activo, fluyan a la entidad.

Así también, en los párrafos 18.5 y 18.6 de la norma en mención, se indica:

Una entidad evaluará la probabilidad de obtener beneficios económicos futuros esperados utilizando hipótesis razonables y fundadas, que representen la mejor estimación de la gerencia de las condiciones económicas que existirán durante la vida útil del activo.

Una entidad utilizará su juicio para evaluar el grado de certidumbre asociado al flujo de beneficios económicos futuros que sea atribuible a la utilización del activo, sobre la base de la evidencia disponible en el momento del reconocimiento inicial, otorgando un peso mayor a la evidencia procedente de fuentes externas.

Basados en lo anteriormente descrito, se realizó el análisis histórico de ventas, así como la proyección de ventas esperadas, demostrando que sí es posible obtener los beneficios económicos futuros a través de las ventas y mostrando que con estrategias de ventas y metas por año sí es posible alcanzar los ingresos proyectados, derivado que existe un mercado estable como un mercado en potencia con las nuevas generaciones y tecnologías disponibles.

Otro de los beneficios económicos futuros que obtendrá Aleros, Sociedad Anónima es con la reducción de costos, los cuales se proyectan de la siguiente forma:

1. No se realizarán desembolsos fuertes apertura de más restaurantes, ya que no se incrementará el número de restaurantes.
2. Con la implementación del programa en línea con bodegas de inventario y producción, se ahorra el costo del personal incurriendo en tomar pedidos, capturar la orden de compra para la producción, así como en servir en restaurantes. Ya que el proceso será automatizado.
3. Los costos de publicidad serán enfocados en mantener el sitio web, ya que a través del sitio puede obtenerse las estadísticas de visitas de clientes y obtenerse una base de datos de clientes, a los cuales se les enviarán vía correo electrónico las promociones y ofertas. No se realizarán más campañas fuertes en publicidad.
4. Al implementar la estrategia de ventas de entregar los pedidos en los restaurantes, se ahorra en costos de gasolina, así como en depreciación y mantenimiento de vehículos.
5. El costo por el personal que se contrate será menor, ya que se enfocará en la producción más que en la atención en restaurantes.

En relación a lo que indica la sección 18 de la NIIF para las Pymes, la entidad debe registrar estos desembolsos como activos intangibles, porque cumplen con los requisitos de reconocimiento que indica la norma, debe registrarlos en el momento en que se incurran dichos desembolsos.

4.3.4.2 Reconocimiento contable de los desembolsos a incurrir en el desarrollo del sitio web, que no se consideran activos intangibles

A continuación se presenta en forma separada y ordenada el análisis por cada uno de los rubros, de acuerdo al presupuesto aprobado, de los desembolsos en los que incurrirá la entidad para poner en funcionamiento el sitio web, los cuales se consideran no forman parte de un activo intangible, de acuerdo a lo que indica la sección 18 de la NIIF para las Pymes.

- a) **Activos no corrientes, propiedades, planta y equipo:** se presenta el desglose de desembolsos, que se considera reconocer como equipo de computación y software.

Aleros, Sociedad Anónima				
Presupuesto aprobado para desarrollo de Sitio Web				
1	Equipo de computación para acceder al sitio	Q	12,500	Equipo de computación
2	Software de pedidos en línea con sistema de inventarios.	Q	8,000	Software (Equipo de computación)
	TOTAL EQUIPO Y SOFTWARE	Q	20,500	

De acuerdo a las políticas contables de la entidad, se reconocen como parte del equipo de computación y se inician a depreciar al momento de encontrarse en óptimas condiciones para su uso. El registro de la depreciación se reconoce como un gasto operativo en el momento en que se consume, es decir, la depreciación se aplica en forma anual y se registra en forma mensual.

- b) **Costos indirectos de venta:** la entidad proyectó desembolsos por costos en la fase de prueba del sitio web, a continuación se presenta el resumen de estos costos, los cuales deben ser reconocidos contablemente como parte de los costos indirectos de venta, ya que se originan por las ventas a realizar en el período de prueba a través del sitio web, es decir, son desembolsos que Aleros,

Sociedad Anónima realiza independientemente si se realiza el proyecto del sitio web.

Aleros, Sociedad Anónima				
Presupuesto aprobado para desarrollo de Sitio Web				
1	Energía eléctrica, por el período de desarrollo del sitio	Q	2,000	Costos indirectos
2	Agua potable, período de prueba	Q	3,780	Costos indirectos
3	Alquiler, período de prueba	Q	9,225	Costos indirectos
4	Insumos y utensilios, período de prueba	Q	2,025	Costos indirectos
5	Dep. Maquinaria cocina, período de prueba	Q	5,662	Costos indirectos
6	Dep. Equipo cocina, período de prueba	Q	3,375	Costos indirectos
TOTAL COSTOS INDIRECTOS		Q	26,068	

c) Gastos de operación administrativos: la entidad presupuestó desembolsos durante el proceso de desarrollo del sitio web así como en la fase de prueba del sitio web, para lo cual asignó proporcionalmente un porcentaje de sus gastos de operación normales de administración, específicamente como parte del proyecto del sitio web.

A continuación se presenta el resumen de estos gastos, así como el reconocimiento contable para cada uno:

Aleros, Sociedad Anónima			
Presupuesto aprobado para desarrollo de Sitio Web			
No.	Descripción de los desembolsos	Presupuesto	Reconocimiento contable
1	Internet proporcional por el período de	Q 7,500	Gasto operativo de
2	Sueldo de Informática por el período de desarrollo del sitio	Q 6,750	Gasto operativo de administración
3	Sueldo de Soporte Técnico por el período de desarrollo del sitio	Q 6,000	Gasto operativo de administración
4	Sueldos personal de logística y bodegas en el período de prueba, seguimiento y evaluación	Q 6,750	Gasto operativo de administración
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN		Q 27,000	

De igual forma, corresponden a desembolsos que Aleros, Sociedad Anónima debe realizar independientemente del proyecto del sitio web, por eso se reconocen contablemente como gastos del período en el momento en que se incurra en su desembolso.

d) Gastos de operación de ventas: la entidad también presupuestó desembolsos durante el proceso de desarrollo del sitio web así como en la fase de prueba del sitio web, para lo cual asignó proporcionalmente un porcentaje de sus gastos de operación del departamento de ventas específicamente como parte del proyecto del sitio web.

Dentro de los desembolsos presupuestados, se encuentran los gastos de publicidad específicos para el proyecto web, los cuales según indica la norma técnica, no pueden formar parte del costo del activo intangible, aún así sean para que se asegure su funcionamiento.

La sección 18 en el párrafo 18.15 indica: una entidad reconocerá el desembolso incurrido internamente en una partida intangible, como gasto, incluyendo todos

los desembolsos para actividades de investigación y desarrollo, cuando incurra en él, a menos que forme parte del costo de otro activo que cumpla con los criterios de reconocimiento de esta NIIF para las Pymes.

En el párrafo 18.15 inciso d) indica como ejemplo, gastos de publicidad y otras actividades promocionales.

Por lo cual, el reconocimiento contable para estos rubros proyectados, deberá ser en una partida de resultados, en el momento en que Aleros, Sociedad Anónima realice los desembolsos.

A continuación se presenta el resumen de estos gastos, así como el reconocimiento contable adecuado para cada uno:

Aleros, Sociedad Anónima			
Presupuesto aprobado para desarrollo de Sitio Web			
No.	Descripción de los desembolsos	Presupuesto	Reconocimiento contable
1	Campaña publicitaria	Q 95,000	Gasto operativo de venta
2	Comisión por cobro con tarjeta de crédito	Q 6,750	Gasto operativo de venta
3	Gastos de gasolina, por entregas de pedidos en el período de prueba	Q 900	Gasto operativo de venta
4	Depreciación de motos, por entregas de pedidos en el período de prueba	Q 510	Gasto operativo de venta
5	Sueldos de mercadeo y publicidad por el período de desarrollo del sitio	Q 6,000	Gasto operativo de venta
6	Sueldos de medios y diseño gráfico por el período de desarrollo del sitio	Q 5,250	Gasto operativo de venta
7	Sueldo responsable del manejo del sitio web	Q 3,600	Gasto operativo de venta
8	Sueldos de motoristas, en el período de prueba, seguimiento y evaluación	Q 10,800	Gasto operativo de venta
9	Sueldos personal de restaurantes	Q 61,200	Gasto operativo de venta
TOTAL GASTOS DE VENTA		Q 190,010	

e) **Gastos imprevistos y de mantenimiento al sitio web:** la entidad presupuestó desembolsos para gastos imprevistos en el desarrollo del proyecto del sitio web.

Como lo indica la norma, estos desembolsos aunque se realizan para el funcionamiento del sitio web, no forman parte de su costo y son reconocidos contablemente como gastos del período en que se realizan los desembolsos. En este caso se deben reconocerse contablemente como gastos operativos de administración.

A continuación se presenta el resumen de estos gastos:

Aleros, Sociedad Anónima			
Presupuesto aprobado para desarrollo de Sitio Web			
No.	Descripción de los desembolsos	Presupuesto	Reconocimiento contable
1	Otros imprevistos 3% del total presupuestado	Q 3,537	Gasto operativo de administración
	TOTAL IMPREVISTOS	Q 3,537	

4.3.4.3 Método y período de amortización del activo intangible

De acuerdo a lo que indica la sección 18 de la NIIF para las Pymes, en el párrafo 18.19, respecto de la vida útil de un activo intangible, se debe tomar en consideración lo siguiente:

Tomando en cuenta que el sitio web se ve afectado principalmente por los avances en la tecnología, así también por la incertidumbre que genera por la naturaleza de ser un intangible, se estima una vida útil de tres años, contados a partir de que el sitio web se encuentre en óptimas condiciones para su uso, en este caso a partir del mes de mayo 2015.

De acuerdo a los párrafos 18.21 y 18.22 de la sección 18 de la NIIF para las Pymes, el importe depreciable del activo intangible, es decir la amortización del sitio web se realizará de forma sistemática durante los tres años que estimó la entidad de vida útil.

Cada amortización se registra como gasto de operación y empezará a amortizarse de acuerdo a las políticas de la entidad, en el mes de junio, es decir un mes después de su funcionamiento.

La forma de amortización que se adopta es la amortización lineal, es decir en forma proporcional a los años de vida útil que se estima para el sitio web.

No se considera ningún valor residual para el sitio web, por lo que el costo sobre el cual se iniciará la amortización es sobre su valor de adquisición, su valor de compra.

A continuación se muestra el detalle del sitio web como activo intangible y su amortización a considerar, considerando el valor presupuestado.

Descripción Intangible	Monto	
Valor de costo	Q	117,898
% de amortización		33.33%
Valor anual de amortización	Q	39,295
Valor mensual de amortización	Q	3,275

El tratamiento contable que indica la sección 18 de la NIIF para las Pymes es que debe reconocerse como una partida en el resultado del período en que se incurre la amortización.

En la forma del registro no se afecta directamente al activo intangible, sino que se abona a una cuenta regularizadora de activo, el registro contable quedaría cargando una cuenta de resultado.

4.3.4.4 Otros aspectos que indica la sección 18 de la NIIF para las Pymes aplicables al sitio web

Para concluir con el análisis de los registros contables por el proyecto del desarrollo del sitio web en Aleros, Sociedad Anónima, a continuación se mencionan los puntos que se deberá realizar cuando se presente el caso o se llegue al período según el tema.

a) Revisión del período y del método de amortización: se debe revisar si existen factores como los avances en la tecnología, cambio radical en el uso de un sitio web, que afecte la vida útil que se ha estimado para el sitio web. Si ese fuera el caso, se procede a modificar el tiempo de vida útil y la forma de amortización realizando análisis y reconociendo los cambios de acuerdo a lo que indica la NIIF para las Pymes en la sección 10.

b) Información a revelar: Aleros, Sociedad Anónima debe revelar en sus estados financieros, la vida útil asignada al sitio web, la tasa y método de amortización utilizados, el importe en libros bruto y neto, una conciliación entre el valor en libros y las adquisiciones o bajas al activo intangible. Si fuera el caso que Aleros, Sociedad Anónima desembolse en investigación y desarrollo del sitio web, estos desembolsos deben reconocerse como gastos del período pero si será necesario que se revele dicha información.

4.3.5 Registros contables en cada fase del proyecto del sitio web

La sección 18 de la NIIF para las Pymes, están enfocadas en el reconocimiento contable de los desembolsos que realicen las entidades para reconocer un activo intangible.

Es en este sentido en el cual se desarrollaron los registros contables por cada desembolso realizado en el proyecto del sitio web que adquirió Aleros, Sociedad Anónima.

Se presentan los registros contables por cada fase del proyecto, indicando si existió variación en relación al presupuesto inicial aprobado, así también la descripción de cada registro.

Se muestran los registros del libro diario, descargadas del sistema contable que se utiliza en el departamento de contabilidad de Aleros, Sociedad Anónima, dichos registros de diario se realizan con la supervisión del gerente de contabilidad, así también el sistema se encuentra automatizado cuando se refiere a cierres mensuales para evitar cualquier cambio posterior sin la autorización correspondiente.

4.3.5.1 Fase de planificación

En la fase de planificación se registró el desembolso inicial del proyecto del sitio web, el cual fue otorgado a un proveedor externo, el monto final no tuvo variación de acuerdo a lo presupuestado por la entidad.

Se capitaliza como activo intangible, debido a que el desembolso es directamente para adquirir el sitio web.

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 1 de enero al 31 de enero 2015					
Generado por cuentas contables					
Activos Intangibles					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
04-ene	P-009	12020105	Sitios web - intangibles	Q 5,894.90	
		11010102	Banco monetario Q		Q 5,894.90
			Registro del pago inicial a Profesionales de la Web, S.A. por la planificación del sitio web	Q 5,894.90	Q 5,894.90

4.3.5.2 Fase de realización

Con base en el presupuesto aprobado, al momento de realizarse los desembolsos, tuvieron un incremento del 11% de acuerdo a la propuesta aceptada, debido a que el plan de trabajo se alargó en una semana más. Tanto la dirección general de Aleros, Sociedad Anónima como personal del proveedor contratado estuvieron de acuerdo en el incremento, debido a que representó más costos para el proveedor y el atraso se debió que se presentaron inconvenientes en uno de los restaurantes de Aleros, Sociedad Anónima.

Los registros contables correspondientes a esa fase se realizaron capitalizando los desembolsos, puesto que fueron pagos realizados al proveedor contratado que es el desarrollador del sitio web. La fase de realización se llevó a cabo en 10 semanas, los registros que se muestran son partidas de diario que se registraron en forma semanal.

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 1 de enero al 31 de marzo 2015					
Generado por cuentas contables					
Activos Intangibles					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
07-ene	P-017	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 1/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

24-ene	P-345	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 2/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

31-ene	P-547	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 3/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

En el reporte generado del sistema, se muestran los registros de diario únicamente por el saldo de cuenta seleccionado, en este caso activos intangibles, el movimiento corresponde a los registros semanales que se realizaron en el mes de enero 2015.

A continuación se muestran los registros por mes, siempre en forma semanal de esta fase.

Aleros, Sociedad Anónima**Libro de Diario**

Del 1 de enero al 31 de marzo 2015

Generado por cuentas contables

Activos Intangibles

Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
07-feb	P-027	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 4/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

14-feb	P-145	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 5/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

21-feb	P-389	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 6/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

28-feb	P-402	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 7/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

07-mar	P-087	12020105	Sitios web - intangibles	Q 7,368.63	
		11010102	Banco monetario Q		Q 7,368.63
			Registro del pago 8/8 desarrollo del sitio web, a Profesionales de la Web, S.A., según orden de compra No. 13-089	Q 7,368.63	Q 7,368.63

19-mar	P-273	12020105	Sitios web - intangibles	Q 6,484.39	
		11010102	Banco monetario Q		Q 6,484.39
			Registro del pago adicional a Profesionales de la Web, por desarrollo de sitio web, de acuerdo a solicitud aprobada No. 03-12	Q 6,484.39	Q 6,484.39

4.3.5.3 Fase de implantación y evaluación

En esta fase se realiza la implantación del sitio web y las pruebas correspondientes. De acuerdo al presupuesto aprobado y a la propuesta aceptada del proveedor contratado, tuvo un incremento del 5%, derivado del atraso en la fase de desarrollo, el proveedor había realizado costos para la implantación del sitio, costos en los cuales incurrió.

El registro contable para su reconocimiento es como se muestra a continuación:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de abril al 30 de abril 2015					
Generado por cuentas contables					
Activos Intangibles					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
17-abr	P-340	12020105	Sitios web - intangibles	Q 17,684.70	
		11010102	Banco monetario Q		Q 17,684.70
			Registro del pago a Profesionales de la Web, S.A., por implantación de sitio web y pruebas de funcionamiento.	Q 17,684.70	Q 17,684.70

22-abr	P-406	12020105	Sitios web - intangibles	Q 884.24	
		11010102	Banco monetario Q		Q 884.24
			Registro del cargo administrativo a Profesionales de la Web, S.A., por atraso en la implantación del sitio web. 5%.	Q 884.24	Q 884.24

Posterior a la implantación y a las pruebas de funcionamiento que se realizaron al sitio web en Aleros, Sociedad Anónima, se procedió a que el proveedor realizara las respectivas evaluaciones al sitio web.

Este procedimiento se realizó en la semana siguiente a verificar el buen funcionamiento del sitio y consistió en realizar visitas al sitio, selección de productos, realizar pedidos.

Los costos para la evaluación del comportamiento se mantuvieron, de acuerdo a lo proyectado por la entidad, el registro contable por su reconocimiento es como se muestra a continuación:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de abril al 30 de abril 2015					
Generado por cuentas contables					
Activos Intangibles					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
17-abr	P-340	12020105	Sitios web - intangibles	Q 11,789.80	
		11010102	Banco monetario Q		Q 11,789.80
			Registro del pago a Profesionales de la Web, S.A., por evaluación al sitio web, posterior a su funcionamiento.	Q 11,789.80	Q 11,789.80

4.3.5.4 Fase de seguimiento y actualización

Tuvo un incremento del 3% de acuerdo al presupuesto, en esta fase el proveedor informó a Aleros, Sociedad Anónima sobre el cargo administrativo que cobraría adicional, ya que cumplió con la fecha acordada del lanzamiento oficial del sitio web a pesar de los atrasos en la fase de realización.

En la fase de actualización, la propuesta del proveedor incluía como parte de sus servicios para dejar en óptimas condiciones el funcionamiento del sitio web,

las actualizaciones que requirieran al sitio, posterior a las pruebas de funcionamiento realizadas. Este trabajo se realizó durante seis semanas siguientes a la fase de implantación y pruebas.

Esta fase de actualización va en conjunto con la fase de seguimiento, puesto que cada actualización requiere de la adecuada supervisión y evaluación correspondiente.

Hubo un incremento del 3% de acuerdo al presupuesto, los registros contables se realizan como se muestra a continuación:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de mayo al 05 de junio 2015					
Generado por cuentas contables					
Activos Intangibles					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
06-may	P-054	12020105	Sitios web - intangibles	Q 11,789.80	
		11010102	Banco monetario Q		Q 11,789.80
			Registro del pago a Profesionales de la Web, S.A., por actualización al sitio web, como parte del soporte final.	Q 11,789.80	Q 11,789.80

30-may	P-603	12020105	Sitios web - intangibles	Q 11,789.80	
		11010102	Banco monetario Q		Q 11,789.80
			Registro del pago a Profesionales de la Web, S.A., por seguimiento al sitio web, como parte del soporte final.	Q 11,789.80	Q 11,789.80

04-jun	P-023	12020105	Sitios web - intangibles	Q 353.69	
		11010102	Banco monetario Q		Q 353.69
			Cargos administrativos pagados a Profesionales de la Web, por atrasos en proyecto Sitio Web. Soporte final.	Q 353.69	Q 353.69

4.3.6 Otros registros contables por desembolsos incurridos en el proyecto del sitio web

El proyecto del sitio web que se llevó a cabo en Aleros, Sociedad Anónima, conlleva varios desembolsos y varios registros contables.

A continuación se presentan los registros contables, de acuerdo al presupuesto aprobado por la dirección general de Aleros, Sociedad Anónima. Los cuales fueron realizados tomando en cuenta la naturaleza del desembolso y tomando en cuenta las consideraciones de la NIIF para las Pymes.

4.3.6.1 Equipo de computación y Software

Se incurrieron en gastos adicionales de licencias para el equipo así como accesorios complementarios que fueron necesarios para su seguridad, como UPS de mayor voltaje, cables y otros para red, en relación al presupuesto aprobado. Los registros contables se realizaron en la fecha en que se incurrieron.

De acuerdo a la NIIF para las Pymes, estos desembolsos se deben reconocer como propiedades, planta y equipo, en el momento en que ocurre el desembolso.

A continuación se muestran los registros del libro de diario, realizando una partida de diario por cada desembolso que realizó Aleros, Sociedad Anónima.

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de enero al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Propiedades, planta y equipo					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
23-ene	P-306	12010107	Equipo de cómputo	Q 12,500.00	
		11010102	Banco monetario Q		Q 12,500.00
			Registro de la compra de equipo completo nuevo de computación Dell, de escritorio. Según Cheque 45684	Q 12,500.00	Q 12,500.00

23-ene	P-307	12010107	Equipo de cómputo	Q 2,437.50	
		11010102	Banco monetario Q		Q 2,437.50
			Registro de compra de licencia de windows, así como complementos para el equipo, según Cheque 45685	Q 2,437.50	Q 2,437.50

El programa que se presupuestó inicialmente, fue desarrollado por un proveedor de servicios externo a la entidad, no tuvo variación, el registro contable se realizó en el momento del pago como se muestra a continuación:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de enero al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Propiedades, planta y equipo					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
22-feb	P-391	12010109	Software de cómputo	Q 8,000.00	
		11010102	Banco monetario Q		Q 8,000.00
			Registro por compra de licencia del programa GLPi a ser utilizado en el sitio web, según cheque 67898	Q 8,000.00	Q 8,000.00

4.3.6.2 Costos indirectos de ventas por medio del sitio web

Los costos indirectos incurridos por energía eléctrica, alquileres, agua potable, insumos y utensilios de cocina por el período de prueba del sitio web, que fue de marzo a mayo 2015, se registran con base al consumo. Aleros, Sociedad Anónima asignó el 15% del total del gasto mensual, la variación no fue significativa. Se registran contablemente en el momento de su consumo y no en el momento del pago, por lo que se realizaron los registros en forma mensual, de acuerdo al consumo en cada mes.

Otro de los costos indirecto considerados fueron las depreciaciones de motos, así como de la maquinaria y el equipo de cocina, de los que también se asignó el 15% del gasto mensual. Los registros contables se muestran a continuación:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de marzo al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Costos indirectos					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-mar	P-346	51010301	Energía eléctrica	Q 1,988.52	
		51010302	Agua potable	Q 1,264.53	
		51010303	Alquileres	Q 3,075.00	
		51010307	Insumos y utensilios de cocina	Q 731.48	
		51010305	Depreciación maquinaria de cocina	Q 1,887.50	
		51010306	Depreciación Equipo de cocina	Q 1,125.18	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 7,059.53
		12010106	Depreciación Acumulada Maquinaria de Cocina		Q 1,887.50
		12010108	Depreciación Acumulada Equipo de Cocina		Q 1,125.18
			Registro de los gastos del mes de marzo, asignados proporcionalmente al sitio web en su fase de prueba.	Q 10,072.20	Q 10,072.20

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de marzo al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Costos indirectos					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
30-abr	P-445	51010301	Energía eléctrica	Q 1,982.12	
		51010302	Agua potable	Q 1,314.82	
		51010303	Alquileres	Q 3,075.00	
		51010307	Insumos y utensilios de cocina	Q 742.58	
		51010305	Depreciación maquinaria de cocina	Q 1,887.50	
		51010306	Depreciación Equipo de cocina	Q 1,125.18	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 7,114.51
		12010106	Depreciación Acumulada Maquinaria de Cocina		Q 1,887.50
		12010108	Depreciación Acumulada Equipo de Cocina		Q 1,125.18
				Registro de los gastos del mes de abril, asignados proporcionalmente al sitio web en su fase de prueba.	Q 10,127.19

31-may	P-647	51010301	Energía eléctrica	Q 1,991.77	
		51010302	Agua potable	Q 1,348.13	
		51010303	Alquileres	Q 3,075.00	
		51010307	Insumos y utensilios de cocina	Q 749.39	
		51010305	Depreciación maquinaria de cocina	Q 1,887.50	
		51010306	Depreciación Equipo de cocina	Q 1,125.18	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 7,164.29
		12010106	Depreciación Acumulada Maquinaria de Cocina		Q 1,887.50
		12010108	Depreciación Acumulada Equipo de Cocina		Q 1,125.18
				Registro de los gastos del mes de marzo, asignados proporcionalmente al sitio web en su fase de prueba.	Q 10,176.97

El reconocimiento contable para estos desembolsos fue en resultados del período.

4.3.6.3 Gastos de administración incurridos en el desarrollo del sitio web

El presupuesto de gastos para el proyecto del sitio web, Aleros, Sociedad Anónima incluyó gastos de administración durante la fase de desarrollo del sitio web y la fase de prueba del sitio web. El reconocimiento contable de estos desembolsos se registra cuando se realiza el desembolso, puesto que no son parte del activo intangible, sino que corresponden a los gastos normales de operación clasificados al proyecto.

A continuación se muestran los registros de los desembolsos incurridos:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de enero al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Gastos de administración					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-ene	P-444	61010115	Internet	Q 868.42	
		61010101	Sueldos Informática	Q 2,550.00	
		61010102	Sueldos Logística	Q -	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 3,418.42
			Registro de los gastos asignados proporcionalmente en el mes de enero al proyecto del sitio web.	Q 3,418.42	Q 3,418.42

28-feb	P-403	61010115	Internet	Q 869.78	
		61010101	Sueldos Informática	Q 2,550.00	
		61010102	Sueldos Logística	Q -	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 3,419.78
			Registro de los gastos asignados proporcionalmente en el mes de febrero al proyecto del sitio web.	Q 3,419.78	Q 3,419.78

Aleros, Sociedad Anónima**Libro de Diario**

Del 01 de enero al 31 de mayo 2015

Generado por cuentas contables

Gastos de administración

Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-mar	P-347	61010115	Internet	Q 1,482.68	
		61010101	Sueldos Informática	Q 2,550.00	
		61010102	Sueldos Logística	Q 2,250.00	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 6,282.68
			Registro de los gastos asignados proporcionalmente en el mes de marzo al proyecto del sitio web.	Q 6,282.68	Q 6,282.68

30-abr	P-446	61010115	Internet	Q 1,483.37	
		61010101	Sueldos Informática	Q 2,550.00	
		61010102	Sueldos Logística	Q 2,250.00	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 6,283.37
			Registro de los gastos asignados proporcionalmente en el mes de abril al proyecto del sitio web.	Q 6,283.37	Q 6,283.37

31-may	P-648	61010115	Internet	Q 1,484.90	
		61010101	Sueldos Informática	Q 2,550.00	
		61010102	Sueldos Logística	Q 2,250.00	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 6,284.90
			Registro de los gastos asignados proporcionalmente en el mes de mayo al proyecto del sitio web.	Q 6,284.90	Q 6,284.90

4.3.6.4 Gastos de venta incurridos en el desarrollo del sitio web

Aleros, Sociedad Anónima presupuestó un porcentaje de los gastos de ventas al proyecto del sitio web, estos gastos de ventas fueron asignados proporcionalmente algunos desde que inició el proyecto y otros a partir de la fase de prueba del sitio web.

Dentro de los gastos en que incurrió la entidad durante todo el desarrollo del proyecto, se encuentran los desembolsos por publicidad y mercadeo.

La integración de los desembolsos incurridos en publicidad y mercadeo se muestra a continuación:

Aleros, Sociedad Anónima	
Integración gastos de publicidad	
Descripción	Valor
Anuncio en vayas (5 meses)	Q 28,789
Anuncios en mupys (5 meses)	Q 19,887
Anuncios en revistas universitarias (3 meses)	Q 7,001
Anuncios en revistas de adolescentes (5 meses)	Q 6,789
Anuncios en redes sociales (ilimitado)	Q 1,987
Anuncios en prensa página completa (5 meses)	Q 10,496
Anuncios en radio (3 meses)	Q 5,898
Anuncios en televisión (2 meses)	Q 6,436
Total desembolso	Q 87,285

Otros gastos de ventas en que incurrió la entidad corresponden a sueldos del personal del restaurante, sueldos de mercadeo y gastos por las comisiones de tarjeta de crédito, así como las depreciaciones de vehículos y gastos en combustibles.

A continuación se muestran las partidas contables realizadas, se reconocen contablemente en el momento del desembolso.

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de enero al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Gastos de ventas					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-ene	P-445	61010201	Sueldos Mercadeo	Q 2,250.00	
		61010209	Publicidad y mercadeo	Q 13,192.47	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 15,442.47
			Registro de los gastos de venta asignados proporcionales en enero al proyecto del sitio web.	Q 15,442.47	Q 15,442.47

28-feb	P-404	61010201	Sueldos Mercadeo	Q 2,250.00	
		61010209	Publicidad y mercadeo	Q 13,192.47	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 15,442.47
			Registro de los gastos de venta asignados proporcionales en febrero al proyecto del sitio web.	Q 15,442.47	Q 15,442.47

Los registros contables en los meses de enero y febrero del año 2015, únicamente incluyen los pagos de sueldos de mercadeo y el gasto por la campaña publicitaria.

Es a partir de marzo 2015 en adelante, donde se asignan gastos proporcionales al sitio web, por sueldos operativos de restaurantes, gastos por comisiones por cobro con tarjeta de crédito y débito, depreciación de motos y gastos por combustibles, como se muestran a continuación los registros en cada mes.

Aleros, Sociedad Anónima**Libro de Diario**

Del 01 de enero al 31 de mayo 2015

Generado por cuentas contables

Gastos de ventas

Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-mar	P-348	61010201	Sueldos Mercadeo	Q 2,250.00	
		61010202	Sueldos operativos restaurantes	Q 24,000.00	
		61010203	Sueldos gerencia restaurantes	Q 1,200.00	
		61010209	Publicidad y mercadeo	Q 17,492.13	
		61010210	Comisión tarjetas de crédito	Q 2,404.26	
		61010211	Combustibles y lubricantes	Q 300.00	
		61010215	Depreciación vehículos	Q 170.00	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 45,242.13
		11020103	Liquidación TC por cobrar		Q 2,404.26
		12010112	Dep. Acumulada vehículos		Q 170.00
			Registro de los gastos de venta asignados proporcionales en marzo al proyecto del sitio web.	Q 47,816.39	Q 47,816.39

30-abr	P-447	61010201	Sueldos Mercadeo	Q 2,250.00	
		61010202	Sueldos operativos restaurantes	Q 24,000.00	
		61010203	Sueldos gerencia restaurantes	Q 1,200.00	
		61010209	Publicidad y mercadeo	Q 22,697.64	
		61010210	Comisión tarjetas de crédito	Q 2,073.43	
		61010211	Combustibles y lubricantes	Q 300.00	
		61010215	Depreciación vehículos	Q 170.00	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 50,447.64
		11020103	Liquidación TC por cobrar		Q 2,073.43
		12010112	Dep. Acumulada vehículos		Q 170.00
			Registro de los gastos de venta asignados proporcionales en abril al proyecto del sitio web.	Q 52,691.06	Q 52,691.06

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de enero al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Gastos de ventas					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-may	P-649	61010201	Sueldos Mercadeo	Q 2,250.00	
		61010202	Sueldos operativos restaurantes	Q 24,000.00	
		61010203	Sueldos gerencia restaurantes	Q 1,200.00	
		61010209	Publicidad y mercadeo	Q 20,710.19	
		61010210	Comisión tarjetas de crédito	Q 2,290.74	
		61010211	Combustibles y lubricantes	Q 300.00	
		61010215	Depreciación vehículos	Q 170.00	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 48,460.19
		11020103	Liquidación TC por cobrar		Q 2,290.74
		12010112	Dep. Acumulada vehículos		Q 170.00
			Registro de los gastos de venta asignados proporcionales en mayo al proyecto del sitio web.	Q 50,920.93	Q 50,920.93

4.3.6.5 Imprevistos

La entidad presupuestó un 3%, sin embargo, de esa estimación se utilizó un 65% ya que fue necesario desembolsar en capacitaciones al personal de Aleros, Sociedad Anónima, así como en la presentación e inauguración del sitio.

En los imprevistos se clasifican gastos como impresiones del manual de uso, así como en refacciones, los cuales se reconocen contablemente en el momento de su desembolso y se clasifican como gastos de administración.

A continuación se muestran los registros contables realizados

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de abril al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Gastos de administración					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
24-abr	P-416	61010109	Papelería y útiles	Q 245.75	
		61010110	Atención a funcionarios y empleados	Q 1,275.75	
		61010111	Capacitaciones	Q 777.51	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 2,299.01
			Registro de los gastos en refacciones y manuales por presentación del sitio web.	Q 2,299.01	Q 2,299.01

4.3.6.5 Gastos de mantenimiento y actualización

Estos gastos no se consideraron en el presupuesto inicial, sin embargo en el desarrollo del sitio web, la dirección general de Aleros, Sociedad Anónima decidió desembolsar por los servicios correspondientes al período en curso por mantenimiento y actualización al sitio web, así como por los servicios de hosting y dominio del sitio web.

Estos desembolsos son anuales y se registran contablemente en el momento del pago, son prestados por un proveedor ajeno a la entidad, en este caso la entidad decidió mantener estos servicios con el mismo proveedor que desarrolló el sitio web.

A continuación se muestran los registros contables, los cuales se consideran como gastos de administración:

Aleros, Sociedad Anónima					
Libro de Diario					
Del 01 de abril al 31 de mayo 2015					
Generado por cuentas contables					
Gastos de administración					
Fecha	Número	Cuenta	Nombre	Debe	Haber
31-may	P-650	61010112	Gastos mantenimiento sitio web	Q 2,234.56	
		61010113	Gastos actualización sitio web	Q 1,345.67	
		11010102	Banco monetaria Q		Q 3,580.23
			Registro del pago anual por mantenimiento y actualización al sitio web, según cheque 78922.	Q 3,580.23	Q 3,580.23

4.3.7 Análisis de riesgos en el desarrollo del sitio web

El proyecto del sitio web se considera para Aleros, Sociedad Anónima como una herramienta tecnológica de gran valor, por la cantidad y calidad de información que se maneja a través del portal.

Derivado de ello, como Contador Público y Auditor responsable de la dirección de finanzas, administración e informática, es importante dar a conocer los riesgos a los que se encuentra expuesto el sitio web y por consiguiente Aleros, Sociedad Anónima.

4.3.7.1 Tipos de riesgo identificados en el proyecto del sitio web

Dentro de los riesgos, se encuentran las amenazas a la seguridad informática, así como avanza la tecnología de la misma forma avanzan los riesgos en la seguridad.

Cuando se ataca la seguridad informática, deben identificarse las áreas de mayor riesgo, en este caso del sitio web, con qué objetivo podrían violar la seguridad del sitio, algunos objetivos pueden ser:

- a) Acceso a base de datos y robo o corrupción de la base de datos confidencial.
- b) Modificar los códigos de acceso de un sitio web, con el fin de que los usuarios vean otro tipo de información en el sitio y no el que se quiere mostrar.
- c) Ataques de denegación de servicios como el caso de no poder realizar pedidos y pagos, con el fin de obtener datos de las tarjetas de crédito de los clientes.

Otro tipo de riesgo en cuanto al sitio web, está enfocado al reconocimiento contable, al ser activo intangible puede o no perder su valor por avances en la tecnología y quedar obsoleto para el uso que se había creado. Esto puede provocar que la entidad pierda la inversión que realizó en el proyecto para lo cual debe evaluarse la materialidad del valor del activo intangible, es por ello que se les deja una vida útil corta.

4.3.7.2 Formas de medir y mitigar los riesgos

En la evaluación de los riesgos, debe identificarse qué tipo de riesgo existe, seguido identificar la probabilidad de ocurrencia del mismo y estimar o proyectar el impacto que pueda tener en la entidad.

Dependiendo del impacto que se determine, se definen las formas para mitigarlos.

Para Aleros, Sociedad Anónima, que es una empresa robusta en cuanto a su organización administrativa, al tener el apoyo de auditoría interna puede definirse un programa de seguridad.

Un programa de seguridad o un programa de mitigación de riesgos, conlleva fases, dentro de las cuales pueden establecerse:

a) Definir el alcance: es decir, a qué áreas de la entidad se aplicará el programa de seguridad.

b) Identificar los activos: esto se refiere a que se debe identificar dentro de Aleros, Sociedad Anónima qué áreas o departamentos son más vulnerables o a qué áreas involucra, para armar el listado de control de activos a supervisar.

c) Identificar las amenazas y seleccionar las amenazas: es decir, para los activos o áreas identificadas se deben identificar las amenazas.

d) Identificar el resguardo para cada amenaza: el personal involucrado debe conocer las amenazas para estar preparados, en este caso revisar los procedimientos que se tengan por departamento de control interno.

e) Evaluar el riesgo: después de haber identificado las áreas y las amenazas, ya puede realizarse la evaluación de la probabilidad de su ocurrencia y determinar que riesgos tienen mayor impacto, cuáles tienen medio impacto y cuáles bajo impacto.

f) Mitigar los riesgos: esto dependerá de los riesgos identificados para involucrar al personal apropiado o si se hará necesario contratar a personal externo o medidas de seguridad externas para su mitigación.

4.3.8 Informe del trabajo realizado

El plan de trabajo por parte del director de finanzas concluyó al finalizar la implementación del sitio web, posterior a ello se elaboró el informe por el trabajo realizado en el período de desarrollo del sitio web. Este informe fue presentado a dirección general.

A continuación se presenta el informe del trabajo realizado, del período de enero 2015 a mayo 2015 de acuerdo a la solicitud recibida de dirección general, respecto al proyecto del desarrollo del sitio web y lo que más le conviene a Aleros, Sociedad Anónima para cumplir con lo que requiere la sección 18 Activos Intangibles distintos de la Plusvalía, de la Norma Internacional de Información Financiera para las pequeñas y medianas entidades, NIIF para las Pymes.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA

**INFORME
ANÁLISIS DEL PROYECTO SITIO WEB**

**DIRECCIÓN DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN
GUATEMALA, JUNIO 2015**

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA

Guatemala, 17 de junio de 2015

Licda. Alejandra Gómez
Directora General
Aleros, Sociedad Anónima
Presente,

Estimada Licda. Gómez

A continuación presento el informe por el trabajo desarrollado, el cual estuvo bajo mi responsabilidad, del proyecto de desarrollo e implementación del sitio web en la empresa.

Objetivos del trabajo

1. Realizar la proyección de ventas para Aleros, Sociedad Anónima y determinar la viabilidad del proyecto a desarrollar.
2. Conocer y revisar el presupuesto para el desarrollo del proyecto del desarrollo del sitio web.
3. Conocer cada desembolso que Aleros, Sociedad Anónima realizara para el proyecto del sitio web para el reconocimiento adecuado en los estados financieros.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA

4. Conocer los posibles riesgos del proyecto del sitio web y determinar la evaluación de riesgos.
5. Preparar y presentar estados financieros con el impacto del proyecto concluido.
6. Preparar el informe del trabajo realizado.

Base técnica utilizada en el desarrollo del plan del trabajo

La base técnica utilizada en el plan de trabajo fue la sección 18 de la NIIF para las Pymes, así como las demás secciones de la norma que se relacionaran con la operación durante el proyecto.

Alcance del trabajo realizado

El enfoque fue específicamente al desarrollo del proyecto del sitio web, en todas las fases que conllevó su creación.

Se identificó de acuerdo a la normativa, la forma correcta para el registro contable de cada desembolso que Aleros, Sociedad Anónima realizó.

En cada fase del desarrollo del proyecto se identificaron las partidas que requieren la sección 18 de la NIIF para las Pymes, determinando que el registro apropiado y que más le conviene a Aleros, Sociedad Anónima es como un activo intangible.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA

Ya que con ello se estaría difiriendo el gasto por el proyecto en un período de tiempo mayor a un año, mostrando un efecto positivo en los resultados del período.

Se determinó que la forma de amortización que mejor se adapta al activo intangible es el método lineal, asignándole una vida útil al sitio web de 3 años, derivado que se encuentra sujeto a los avances tecnológicos, con ello se evitaría que Aleros, Sociedad Anónima se encontrara en la situación de realizar ajustes por deterioro del valor.

La forma adecuada y en cumplimiento con la NIIF para las Pymes, el reconocimiento contable se realizó como activos intangibles y así se realizará durante el resto del período 2015, para presentar los estados financieros al 31 de diciembre 2015.

En la evaluación de riesgos, se deja en claro que es importante que la dirección de finanzas y administración conozca los riesgos del proyecto, sin embargo, la evaluación y seguimiento corresponde a realizar trabajo en conjunto con el apoyo de auditoría interna.

4.4 Presentación de los estados financieros con el efecto en el reconocimiento contable de los costos del sitio web como activo intangible

A continuación se presentan los estados financieros de Aleros, Sociedad Anónima por el período terminado al 31 de diciembre 2015, con el efecto por el reconocimiento contable del proyecto del sitio web como activo intangible.

La NIIF para las Pymes indica que un juego completo de estados financieros incluye: un estado de situación financiera al período al que se informa, un estado de resultados por el período que se informa, un estado de flujos de efectivo al período que se informa, un estado de cambios en el patrimonio y las notas a los estados financieros.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA

**ESTADOS FINANCIEROS
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014**

GUATEMALA, ENERO 2016

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014
(Expresado en Quetzales)

ACTIVO	Notas	2015	2014
CORRIENTE:			
Efectivo	2	295,345	73,836
Cuentas por cobrar comerciales y otras	3	85,687	31,234
Créditos fiscales		22,345	12,678
Inventario	4	<u>155,765</u>	<u>78,765</u>
Total activo corriente		559,142	196,513
NO CORRIENTE:			
Propiedad, mobiliario y equipo - Neto	5	509,228	763,842
Activos intangibles - Neto	6	<u>101,197</u>	<u>0</u>
Total activo no corriente		610,425	763,842
TOTAL ACTIVO		<u>1,169,567</u>	<u>960,355</u>
PASIVO Y PATRIMONIO			
PASIVO			
CORRIENTE:			
Cuentas por pagar comerciales	7	356,789	343,110
Gastos acumulados por pagar	8	<u>153,466</u>	<u>160,103</u>
Total pasivo corriente		510,255	503,214
NO CORRIENTE:			
Prestaciones laborales	1	<u>114,722</u>	<u>105,544</u>
TOTAL PASIVO		<u>624,977</u>	<u>608,758</u>
PATRIMONIO:			
Capital social pagado	9	150,000	150,000
Utilidades retenidas		191,998	102,185
Utilidades del período		183,802	89,813
Reserva legal		<u>18,790</u>	<u>9,600</u>
Total patrimonio		<u>544,590</u>	<u>351,598</u>
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		<u>1,169,567</u>	<u>960,356</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA**ESTADO DE RESULTADOS PARA EL AÑO QUE TERMINA EL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014**

(Expresado en Quetzales)

	Notas	2015		2014	
VENTAS NETAS	10	5,105,600	100%	2,494,800	100%
COSTO DE VENTAS	11	<u>3,012,304</u>	59%	<u>1,621,620</u>	65%
UTILIDAD BRUTA		2,093,296	41%	873,180	35%
GASTOS DE OPERACIÓN:					
Gastos de venta	12	663,728	13%	224,532	9%
Gastos de administración	13	<u>1,072,176</u>	21%	<u>474,012</u>	19%
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN		<u>1,735,904</u>	34%	<u>698,544</u>	28%
UTILIDAD EN OPERACIÓN		357,392	7%	174,636	7%
OTROS INGRESOS		255,280	5%	74,844	3%
OTROS GASTOS		<u>357,392</u>	7%	<u>124,740</u>	5%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA		255,280	5%	124,740	5%
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		<u>71,478</u>	1%	<u>34,927</u>	1%
UTILIDAD NETA DEL AÑO		<u><u>183,802</u></u>	4%	<u><u>89,813</u></u>	4%

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA**ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO PARA EL AÑO QUE TERMINA EL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014**

(Expresado en Quetzales)

	Capital Social pagado (Nota 09)	Reserva Legal	Utilidades Retenidas	Total Patrimonio
Saldos iniciales 2014	150,000	5,110	102,185	257,295
Dividendos decretados			-	-
Utilidad neta del año			89,813	89,813
Reserva legal			4,491	4,491
Saldos finales 2014	150,000	5,110	196,488	351,598
Saldos iniciales 2015	150,000	9,600	191,998	351,598
Dividendos decretados			-	-
Utilidad neta del año			183,802	183,802
Reserva legal			9,190	9,190
Saldos finales 2015	150,000	9,600	384,990	544,590

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros.

ALEROS, SOCIEDAD ANÓNIMA

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PARA EL AÑO QUE TERMINA EL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014
(Expresado en Quetzales)

	2015	2014
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:		
Utilidad neta del año	183,802	89,813
Ajustes por:		
Depreciaciones y amortizaciones	279,038	254,614
Cuentas incobrables	2,571	937
Cambios netos en activos y pasivos:		
Cuentas por cobrar comerciales y otros	(54,453)	(56,789)
Inventarios	(82,816)	(28,426)
Cuentas por pagar comerciales y otras	24,357	(13,679)
Gastos acumulados por pagar	17,569	6,637
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	<u>370,067</u>	<u>253,107</u>
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Activos fijos Equipo de computación	(22,938)	-
Activos intangibles	(125,620)	-
Flujos netos de efectivo usados en actividades de inversión	<u>(148,558)</u>	<u>-</u>
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:		
Obligaciones a largo plazo	-	(256,799)
Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiamiento	<u>-</u>	<u>(256,799)</u>
DISMINUCIÓN NETA EN EFECTIVO	221,509	(3,692)
EFECTIVO AL INICIO DEL AÑO	<u>73,836</u>	<u>77,528</u>
EFECTIVO AL FINAL DEL AÑO	<u>295,345</u>	<u>73,836</u>
INFORMACIÓN FINANCIERA COMPLEMENTARIA		
Pagos efectuados durante el año por:		
Impuesto sobre la renta	<u>63,820</u>	<u>34,927</u>
Impuesto de Solidaridad	<u>25,696</u>	<u>24,948</u>
Intereses ganados	<u>8,160</u>	<u>7,344</u>

ALEROS, SOCIEDAD ANONIMA
POLÍTICAS CONTABLES Y NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS
FINANCIEROS PARA EL AÑO QUE TERMINA AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014
(Cifras expresadas en Quetzales)

1) Principales políticas contables

A continuación se presentan las principales políticas contables que utiliza la empresa Aleros, Sociedad Anónima en la preparación de su información financiera:

a) **Bases de presentación:** los estados financieros se preparan de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas Entidades – NIIF para las Pymes –, sobre la base de costo histórico. Esta norma requiere que la administración efectúe ciertas estimaciones y utilice ciertos supuestos para determinar la valuación de algunas de las partidas incluidas en los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requiere presentar en los mismos. Aún cuando pueden llegar a diferir de su efecto final, la administración considera que las estimaciones y supuestos que utilizan, son los adecuados en las circunstancias de sus operaciones.

b) **Instrumentos financieros:** los activos y pasivos financieros corresponden al efectivo en caja y bancos, cuentas por cobrar, y cuentas por pagar a proveedores. Estos activos y pasivos financieros se reconocen como tal en el momento de la negociación y su reconocimiento cesa en el momento en que se liquidan. Debido a la naturaleza de estos activos y pasivos financieros y al corto plazo de su realización o vencimiento, su valor en libros se aproxima a su valor razonable.

Por lo general los activos y pasivos financieros se liquidan en efectivo en lugar de intercambiarse por instrumentos financieros o por activos o pasivos no financieros.

Las políticas contables sobre el reconocimiento de los ingresos y gastos derivados de los activos y pasivos financieros se revelan en las respectivas políticas contables.

c) **Efectivo:** el efectivo incluye los saldos en caja y en bancos. Los saldos en bancos están disponibles a la vista, devengan intereses en moneda local y extranjera entre el 1% y 3% anual y sobre los mismos no existe ninguna restricción que limite su uso.

d) **Cuentas por cobrar:** las cuentas por cobrar por ventas al crédito están expresadas a su valor nominal.

e) **Inventarios:** los inventarios están valuados al importe menor entre el costo y el precio de venta estimado menos los costos de terminación y venta. El costo del inventario para la venta se determina mediante costo promedio ponderado. Para los inventarios de lento movimiento no se registra provisión debido a que la entidad considera que los mismos son realizables en el corto plazo.

f) **Propiedades, planta y equipo:** el mobiliario y equipo de computación está valuado al costo histórico neto de la depreciación acumulada. Cuando se venden o retiran los activos, se elimina su costo y depreciación y cualquier ganancia o pérdida que resulte de su disposición se registra contra los resultados del año.

El costo inicial del mobiliario y equipo comprende su precio de compra, incluyendo el impuesto de aduana e impuestos de compra no reembolsables y cualquier costo directamente atribuible para ubicar y dejar al activo en condiciones de trabajo y uso. Los gastos incurridos después de que los activos fijos han sido puestos en operación, tales como reparaciones y costos de mantenimiento y de reacondicionamiento, se cargan normalmente a los resultados del período en que se incurren.

El mobiliario y equipo de computación se deprecia por el método de línea recta, utilizando las siguientes vidas útiles estimadas.

Activo no corriente	Vida útil estimada en años	Porcentaje de depreciación
Vehículos	5	20%
Mobiliario y equipo oficina	5	20%
Mobiliario y Equipo de cocina	5	20%
Equipo de computación y software	3	33%

La vida útil y el método de depreciación se revisan periódicamente para asegurar que el método y el período de la depreciación sean consistentes con el patrón previsto de beneficios económicos de las partidas de mobiliario y equipo de computación.

g) **Deterioro del valor de activos:** cuando existen acontecimientos o cambios económicos circunstanciales que indiquen que el valor de un activo pueda no ser recuperable, la entidad revisa el valor del mobiliario y equipo, equipo de cómputo y demás activos para verificar que no existe ningún deterioro. Cuando el valor del activo en libros excede su valor recuperable, se reconoce una pérdida por desvalorización contra los resultados del año para los

rubros de mobiliario y equipo, equipo de cómputo y demás activos mantenidos al costo.

h) **Activos intangibles:** los activos intangibles se reconocen al valor histórico, es decir al costo. Si se requiere una medición posterior, ésta se realiza al importe menor entre el costo amortizado y su valor recuperable, menos cualquier pérdida por deterioro acumulada.

i) **Provisiones:** se reconoce una provisión sólo cuando la entidad tiene una obligación presente (legal o implícita) como resultado de un evento pasado y es probable (más probable que sí que lo contrario), que se requieran recursos para cancelar la obligación y se puede hacer un estimado confiable del monto de la obligación. Las provisiones se revisan a cada fecha del estado de situación y se ajustan para reflejar la mejor estimación que se tenga a esa fecha.

j) **Indemnización de empleados:** de acuerdo con el Código de Trabajo de la República de Guatemala, las compañías tienen la obligación de pagar indemnización a los empleados que despidan bajo ciertas circunstancias, sobre la base de un mes de sueldo, más la doceava parte de aguinaldo y bono catorce, por cada año de servicio. La política de la entidad es pagar esta prestación de acuerdo a lo que indique el Código de Trabajo.

La entidad no tiene establecido planes de beneficios definidos de jubilación para los empleados ni ningún otro tipo de beneficios post-retiro.

k) **Reconocimiento de ingresos y gastos:** los ingresos se reconocen cuando es probable que los beneficios económicos asociados a la transacción, fluirán a la Entidad y el monto de ingreso puede ser medido confiablemente. La entidad reconoce sus ingresos y gastos bajo el método de lo devengado.

Los ingresos por intereses se reconocen en proporción al tiempo de forma que refleje el rendimiento efectivo del activo.

l) **Transacciones en moneda extranjera:** las operaciones en moneda extranjera se registran en la moneda de reporte (quetzales), aplicando a los montos en moneda extranjera los tipos de cambio del día de la transacción. Las diferencias en cambio que se generan entre el tipo de cambio de cierre y el tipo de cambio con el que fueron inicialmente registradas las operaciones son reconocidas contra los resultados del año en que se generan.

m) **Gestión de riesgos**

De precio:

Por fluctuación en tipos de cambio:

La entidad no tiene como práctica adquirir derivados financieros para protegerse del riesgo de pérdidas a las que está expuesta por fluctuación en los tipos de cambio de la moneda en que efectúa sus transacciones del exterior.

Por variación en tasas interés y precios de mercado:

La entidad no tiene la práctica de adquirir instrumentos financieros para protegerse de los riesgos de flujos de efectivo por variaciones en tasas de interés y por variaciones en los precios de mercado de los activos financieros

De crédito:

La magnitud de la exposición al riesgo de crédito está representada por los saldos de las cuentas por cobrar. No hay concentración de riesgo de crédito ya que las ventas son al contado.

De liquidez:

La entidad estima que no existe una exposición importante al riesgo de liquidez, ya sea originado por la posibilidad de que los clientes no puedan cumplir con sus obligaciones dentro de los términos normales establecidos, o bien, porque la entidad tenga dificultades para obtener fondos para cumplir con sus compromisos asociados con activos y pasivos financieros.

De flujos de efectivo:

La entidad estima que no existe una exposición importante al riesgo de que los flujos de efectivo asociados con los activos y pasivos financieros puedan fluctuar en su importe.

n) **Eventos subsecuentes:** no se tiene conocimiento de ningún evento posterior, ocurrido entre la fecha de los estados financieros y la fecha de su autorización, que requiera la modificación de las cifras presentadas en los estados financieros autorizados.

2) Efectivo

La entidad posee dos cuentas bancarias, una monetaria y una de ahorro, ambas en quetzales.

A continuación se muestra el detalle de saldos por los años terminados al 31 de diciembre 2015 y 2014.

Bancos	2015	2014
Bancos monetarios en Q	Q 145,345	Q 23,836
Bancos de ahorro en Q	Q 150,000	Q 50,000
Total en bancos	Q 295,345	Q 73,836

3) Cuentas por cobrar comerciales y otras

Por el giro de operaciones al que se dedica la entidad, las cuentas por cobrar se deben principalmente a las liquidaciones por los cobros de tarjetas de crédito, que corresponden a los últimos dos días del mes de diciembre de cada año presentado, que se muestra a continuación:

Descripción	2015	2014
Cobros por tarjeta de crédito pendientes de liquidar	Q 81,403	Q 29,672
Clientes	Q 4,284	Q 1,562
Total en cuentas por cobrar	Q 85,687	Q 31,234

4) Inventarios

La entidad no mantiene inventario de lenta rotación, ya que se concentra en inventario perecedero. Los saldos que presentaba al 31 de diciembre 2015 y 2014 se muestran como sigue:

Descripción	2015	2014
Producto envasado seco	Q 37,384	Q 18,904
Producto envasado refrigerado	Q 101,247	Q 51,197
Insumos de materiales	Q 17,134	Q 8,664
Total en inventarios	Q 155,765	Q 78,765

5) Propiedades, planta y equipo

La entidad deprecia en el método lineal sus activos, a continuación se presenta el movimiento al 31 de diciembre 2015 y 2014 respectivamente:

Descripción	Saldo inicial	Altas	Bajas	Dep. Acumulada	Saldo final
Equipo de computación	Q -			Q -	Q -
Software de computación	Q -			Q -	Q -
Maquinaria de restaurantes	Q 755,000	Q -	Q -	Q (302,000)	Q 453,000
Equipo de cocina	Q 450,070	Q -	Q -	Q (180,028)	Q 270,042
Vehículos	Q 68,000	Q -	Q -	Q (27,200)	Q 40,800
Saldo a diciembre 2014	Q 1,273,070	Q -	Q -	Q (509,228)	Q 763,842
Equipo de computación	Q -	Q 14,938		Q (2,904)	Q 12,033
Software de computación	Q -	Q 8,000		Q (1,555)	Q 6,445
Maquinaria de restaurantes	Q 755,000	Q -	Q -	Q (473,000)	Q 282,000
Equipo de cocina	Q 450,070	Q -	Q -	Q (268,520)	Q 181,550
Vehículos	Q 68,000	Q -	Q -	Q (40,800)	Q 27,200
Saldo a diciembre 2015	Q 1,273,070	Q 22,938	Q -	Q (786,780)	Q 509,228

6) Activos intangibles

Durante el período 2015 la entidad adquirió un sitio web, reconociéndolo contablemente como un activo intangible. A continuación presenta la integración de costos por cada fase del desarrollo del sitio web, el cual fue adquirido a la empresa Web Profesional, S.A.

Descripción	Costo
Fase de planificación	Q 5,895
Fase de realización	Q 65,433
Fase de implantación	Q 18,569
Fase de evaluación	Q 11,790
Fase de seguimiento	Q 11,790
Fase de actualización	Q 12,143
Total valor del Sitio web	Q 125,620

La política de amortización del sitio web es por el método de línea recta, considerando una vida útil de tres años, a continuación se muestra el movimiento del período al 31 de diciembre 2015:

Descripción	Saldo inicial	Altas	Bajas	Amort. Acumulada	Saldo final
Sitios web - intangible	Q -	Q 125,620		Q (24,424)	Q 101,197
Saldo a diciembre 2015	Q -	Q 125,620	Q -	Q (24,424)	Q 101,197

7) Cuentas por pagar comerciales

Las cuentas por pagar comerciales corresponden a la compra de inventario para el restaurante, los saldos al final del año 2015 y 2014 se muestran a continuación:

Descripción	2015	2014
Proveedores locales	Q 331,814	Q 315,661
Proveedores del exterior	Q 24,975	Q 27,449
Total en cuentas por pagar	Q 356,789	Q 343,110

8) Gastos acumulados por pagar

Los gastos acumulados por pagar de la entidad corresponden a impuestos por acreditar, así como a acreedores por servicios adquiridos. Al 31 de diciembre 2015 y 2014 el detalle se muestra a continuación:

Descripción	2015	2014
IGSS por pagar	Q 13,717	Q 12,345
ISR anual por pagar	Q 71,478	Q 34,927
Acreedores locales	Q 68,270	Q 112,831
Total en gastos acumulados por pagar	Q 153,466	Q 160,103

9) Capital pagado

El capital pagado de la entidad se encuentra representado por acciones nominativas, el valor de cada acción es de Q100.00. A continuación se detalla la integración del capital pagado por accionista al 31 de diciembre 2015:

Accionista	Cantidad de Acciones	Valor por acción		Valor total pagado
Socio 1	330	Q	100	Q 33,000
Socio 2	240	Q	100	Q 24,000
Socio 3	375	Q	100	Q 37,500
Socio 4	280	Q	100	Q 28,000
Socio 5	275	Q	100	Q 27,500
Total	1500			Q 150,000

10) Ventas

Las ventas de la entidad se encuentran clasificadas al crédito y al contado, a continuación se muestra el total al 31 de diciembre 2015 y 2014:

Descripción	2015		2014	
Ventas al contado	Q	2,501,744	Q	1,746,360
Ventas al crédito	Q	2,603,856	Q	748,440
Total de ventas	Q	5,105,600	Q	2,494,800

11) Costo de venta

El costo de venta se encuentra integrado por las compras para producir los menús de comida, así como por los costos indirectos, el detalle se muestra a continuación por los años 2015 y 2014:

Descripción	2015	2014
Inventario Inicial	Q 78,765	Q -
Compras Locales	Q 2,319,474	Q 1,248,647
Importaciones	Q 542,215	Q 291,892
Inventario final	Q (155,765)	Q (78,765)
Costos indirectos	Q 227,615	Q 159,846
Total costo de ventas	Q 3,012,304	Q 1,621,620

12) Gastos de venta

Los gastos de venta se integran como se muestra a continuación, al 31 de diciembre 2015 y 2014 respectivamente:

Descripción	2015	2014
Sueldos	Q 265,652	Q 92,978
Comisión tarjeta de crédito	Q 155,123	Q 62,049
Publicidad y mercadeo	Q 126,108	Q 16,394
Cuotas patronales	Q 33,658	Q 11,780
Combustibles y lubricantes	Q 24,000	Q 12,000
Otros gastos de venta	Q 23,456	Q 7,983
Prestaciones laborales	Q 22,129	Q 7,745
Depreciación vehículos	Q 13,602	Q 13,602
Total gastos de venta	Q 663,728	Q 224,532

13) Gastos de administración

Los gastos de administración se muestran a continuación, al 31 de diciembre 2015 y 2014:

Descripción	2015	2014
Sueldos	Q 660,200	Q 248,995
Alquileres	Q 118,500	Q 94,800
Cuotas patronales	Q 83,647	Q 31,548
Internet	Q 82,345	Q 49,407
Prestaciones laborales	Q 54,995	Q 20,741
Amortización Sitio web	Q 24,424	Q -
Atención a empleados	Q 15,678	Q 10,777
Depreciación Mobiliario y equipo	Q 13,602	Q 13,602
Otros gastos de administración	Q 11,755	Q 3,983
Depreciación Equipo de Cómputo	Q 4,459	Q -
Cuentas incobrables	Q 2,571	Q 159
Total gastos de administración	Q 1,072,176	Q 474,012

14) Impuesto sobre la renta

La entidad se encuentra en el régimen sobre utilidades, la tasa impositiva de ISR en este régimen para el año 2015 fue del 25% sobre la utilidad del período, y para el año 2014 la tasa impositiva fue del 28%, a continuación se muestra el cálculo de ISR para cada año.

Descripción	2015	2014
Utilidad antes de impuesto	Q 255,280	Q 124,740
Tasa impositiva	25%	28%
ISR determinado	Q 63,820	Q 34,927

15) Eventos subsecuentes

La entidad no tiene eventos subsecuentes que mostrar o revelar por los años terminados al 31 de diciembre 2015 y 2014 respectivamente.

16) Aprobación de los estados financieros

Estos estados financieros a la fecha de presentación a dirección general, se encuentran pendientes de aprobación por junta directiva, la asamblea para aprobarlos está programada para la primera semana de marzo 2016.

* * * * *

CONCLUSIONES

1. El comercio electrónico es una nueva forma de llegar a través de los sitios web, a un mercado latente y en crecimiento, que va de la mano con una comunidad de negocios globalizada. Los sitios web implementados en una empresa de comida rápida, es la forma en la que mejor puede ejemplificarse la incursión de éstas empresas al comercio electrónico.
2. Para que una entidad pueda considerar un sitio web como un activo intangible, debe estimar obtener beneficios económicos futuros. Los beneficios económicos futuros que una entidad espera obtener del sitio web pueden ser desde ahorrar costos en la operación, hasta obtener mayores ingresos ordinarios por la venta de productos o servicios a través de él.
3. Es muy importante que la entidad defina el objetivo del sitio web para poder cuantificar los beneficios económicos a obtener. La sección 18 de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades – NIIF para las Pymes, no reconoce como activos intangibles los desembolsos realizados por la entidad que se destinen a un sitio web dedicado únicamente a publicidad.
4. En el desarrollo del presente trabajo de investigación, de destaca la importancia que tiene la participación del Contador Público y Auditor en el desarrollo de un sitio web, ya que como profesional de la contaduría pública, debe conocer el contenido de la NIIF para las Pymes, que le permita en la práctica asesorar a las empresas en el adecuado reconocimiento contable de los desembolsos incurridos para la creación de un sitio web.

RECOMENDACIONES

1. Derivado de las ventajas que representa el comercio electrónico para las empresas dedicadas a la venta de comida rápida, se recomienda a las empresas que aún no se encuentren en este modelo de negocios, que incursionen en el comercio electrónico y que conozcan también sobre los riesgos que conlleva estar presentes en la web, lo cual les permitirá tomar las medidas de prevención y detección así como de corrección en el caso de amenazas al sistema.
2. Los activos intangibles no son operaciones recurrentes en una entidad, es por ello que demanda total atención no solo de las partes involucradas en el proyecto sino también del Contador Público y Auditor. Se recomienda que el Contador Público y Auditor como asesor financiero y contable, se involucre y conozca a profundidad las operaciones que puedan dar origen a un activo intangible en una entidad. En el caso de los sitios web, se recomienda que conozca el proceso que conlleva aunque el desarrollo lo realicen otros profesionales especialistas, ya que para el reconocimiento contable de los desembolsos que realice una entidad, deberá tomarse en cuenta lo que indica la sección 18 de la Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades – NIIF para las Pymes, así como los principios y reglas de medición que indica dicha norma.
3. La única limitación que tiene el profesional de la Contaduría Pública para prestar sus servicios es su propia capacidad, lo cual lo obliga a mantener vigente la norma de la educación continua. Por lo anterior, se recomienda mantenerse actualizado en los temas que le competen así como en los que representan avances acelerados como la tecnología, comercio electrónico, sitios web, entre otros, que tengan relación con la profesión.

4. Se recomienda a las instituciones que velan por el desarrollo de la Contaduría Pública en Guatemala, como lo representan: las facultades y escuelas de contaduría pública de las universidades legalmente constituidas en el país, así como el Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala y el Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores, para que implementen programas de educación continua relacionados con el comercio electrónico así como temas de tecnología, que le permita a los profesionales en la práctica, asesorar adecuadamente a las empresas que presenten este tipo de operaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alcarria Jaime, José J. Contabilidad Financiera I, Colección Sapienta Número 1. Año 2009. 50 páginas.
2. Asamblea Nacional Constituyente, Constitución Política de la República de Guatemala y sus reformas.
3. Cámara Ibañez Dionisio, Cruz Roche Ignacio, Marketing. Décima Edición. Pearson, Prentice Hall. Año 2004. 792 páginas.
4. Congreso de la República de Guatemala, Código de Comercio. Decreto Ley 2-70 y sus reformas.
5. Congreso de la República de Guatemala, Código de Salud. Decreto Ley 90-97 y sus reformas.
6. Congreso de la República de Guatemala, Código de Trabajo. Decreto Ley 1441 y sus reformas.
7. Congreso de la República de Guatemala, Código Tributario. Decreto Ley 6-91 y sus reformas.
8. Congreso de la República de Guatemala, Ley de Actualización Tributaria. Decreto Ley 10-2012 y sus reformas.
9. Congreso de la República de Guatemala, Ley de Bonificación Anual para Trabajadores del sector Privado y Público. Decreto Ley 42-92 y sus reformas.

10. Congreso de la República de Guatemala, Ley de Bonificación Incentivo para el sector Privado. Decreto Ley 78-89 y sus reformas.
11. Congreso de la República de Guatemala, Ley de Creación del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada Guatemalteca IRTRA. Decreto Ley 43-92 y sus reformas.
12. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto al Valor Agregado IVA Decreto Ley 27-92 y sus reformas.
13. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto de Solidaridad. Decreto Ley 78-2008 y sus reformas.
14. Congreso de la República de Guatemala, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco De Seguridad Social (IGSS). Decreto Ley 295 y sus reformas.
15. Congreso de la República de Guatemala, Ley Orgánica del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP). Decreto Ley 17-72 y sus reformas.
16. Congreso de la República de Guatemala, Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y firmas electrónicas, Decreto Ley 47-2008 y sus reformas.
17. Congreso de la República de Guatemala, Ley Reguladora de la Prestación del Aguinaldo para los trabajadores del sector Privado. Decreto Ley 76-78 y sus reformas.
18. Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Año 2013. 2816 páginas.

19. Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES). Año 2009. 245 páginas.
20. Clemente Ricolfe, José Serafín, Posicionamiento de los restaurantes de comida rápida. Boletín Económico del ICE # 2898, España. Año 2006. 12 páginas.
21. Fundación IFRS, Material de formación sobre NIIF para las PYMES, Módulo 18: Activos intangibles distintos de la plusvalía. Año 2009. 81 páginas.
22. Galán, Claudia María. Compañías Virtuales. Prensa Libre, Revista El Efectivo. Junio 2014. 10 páginas
23. González Martínez, Nora Mayarí, Marco legal para Hoteles y Restaurantes. Programa de fortalecimiento académico de campos y sedes regionales. Universidad Rafael Landívar. Año 2010. 15 páginas.
24. JayHeizer, Barry Render, Principios de administración de operaciones, quinta edición, traducción María Isabel Pérez de Lara Choy, Pearson Educación. Año 2002. 334 páginas.
25. John J. Wild, K.R. Subramanyam, Robert F. Halsey, Análisis de Estados Financieros. Novena edición. McGraw Hill. Año 2007. 657 páginas.
26. Monserrat Mota, Guillermo, Técnicas de servicio de alimentos y bebidas en barra y mesa. Servicio al cliente en establecimientos de restauración. Ideaspropias Editorial Vigo. Año 2012. 34 páginas.

27. Ramírez Nicolas, Inés, El auge del sector de la alimentación en el Ecommerce, eMarketServicesSpain, Junio 2012. 8 páginas.
28. StrategicResearch Center de AEA Business School, **El consumo de comida rápida**. Año 2011. 38 páginas.
29. Vives, Antonio. Evaluación financiera de empresas. México Publinex, S.A. 6ta edición. Año 2013. 508 páginas.

WEBGRAFÍA

30. Asociación Guatemalteca de Comercio Electrónico. “Información”, obtenida en página principal. Fecha de consulta: enero de 2015. URL: <http://www.agcel.org>
31. Asopyme Guatemala, “Comercio electrónico para Pymes”, web oficial de Asopyme. Fecha de consulta: julio 2015. URL: <https://asopyme.org/comercio-electronico-para-pequeñas-y-medianas-empresas>
32. Businesswire. “Informe Comida Rápida en la Web”. Artículo de 2 páginas. Fecha de consulta: julio de 2015. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20070305006292/en/Pizza-Hut-BOOK-IT%21-Beginners-Celebrates-Ten>.
33. Diario abc. “Comida Rápida”. Artículo de opinión. Fecha de consulta: septiembre de 2014. URL: <http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/comida-rapida.pdf>

34. El Periódico, “Informe Anual sobre comportamiento de restaurantes”, artículo del periódico publicado en el sitio de corpo eventos. Fecha de consulta: marzo 2012. URL:
<https://corpoeventos.wordpress.com/2011/06/20/restaurantes-de-guatemala-preve-mejora-en-ventas-en-el-2011/>.
35. El Periódico. “Noticia sobre restaurantes”. Artículo de 2 páginas. Fecha de consulta: septiembre 2014. URL:
<https://www.elperiodico.com.gt/es/20110723/economia/198495/>.
36. Forbes México. “15 sitios más reconocidos a nivel mundial”. Artículo de 4 páginas. Fecha de consulta: diciembre 2013. URL:
<https://www.forbes.com.mx/15-sitios-que-dominan-al-e-commerce-en-el-mundo/>
37. Gpi Software. “Comercio Electrónico”. Artículo de 5 páginas. Fecha de consulta: Mayo 2013. URL:
[.http://www.gpisoftware.com/es/desarrollo-web/web-edicion-comercio/que-es.aspx](http://www.gpisoftware.com/es/desarrollo-web/web-edicion-comercio/que-es.aspx)
38. Hernández Díaz, Alfredo, “Formas de pago Online más seguras en Internet” Web oficial Marketing Digital. Fecha de consulta: agosto 2015. URL:
<http://alfredohernandezdiaz.com/2013/05/15/forma-pago-online-mas-segura-internet/>
39. Lamarca Lapuente, María de Jesús, “Historia de la www”. Blog personal. Fecha de consulta: junio de 2015. URL:
http://www.hipertexto.info/documentos/h_www.htm

40. Niifpymes. “Resolución de aplicación de Niff para Pymes en Guatemala”. Información de su página principal. Fecha de consulta: junio de 2015. URL:
<https://www.niifpymes.com/aplicaciónniifpymesenguatemala>
41. (22) Periódico universitario La Catarina, Universidad de las Américas, Puebla, 2010, Revisión de La Literatura, (archivo PDF) recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/lopez_r_i/capitulo2.pdf
42. Portafolio. “Sitios web reconocidos”. Artículo de 1 página. Fecha de consulta: abril de 2014. URL:
[.http://www.portafolio.co/portafolio-plus/los-sitios-comercio-electronico-mas-reconocidos](http://www.portafolio.co/portafolio-plus/los-sitios-comercio-electronico-mas-reconocidos)
43. Prensa Libre. “Entrevista de Prensa Libre por Billy Quijada”. Artículo de opinión, fecha de consulta: Agosto 2014. URL:
http://www.prensalibre.com/multimedia/Evolucion-internetGuatemala_3_981531838.html
44. Tecnoamerica economía, “Web Exitosa para Restaurantes”, artículo de 3 páginas. Fecha de consulta: abril de 2013. URL:
<https://tecno.americaeconomia.com/noticias/crean-exitosa-web-para-hacer-reservas-de-restaurantes-en-colombia>. Año 2012.
45. Universidad del Valle de Guatemala, “Centro de Resolución de Nombres de Dominio para el Dominio de Nivel Superior (ccTLD) .GT – Guatemala” Información obtenida de la página principal. Fecha de consulta: agosto 2011. URL:<http://www.gt/>,
46. Universidad del Valle de Guatemala, Centro de Resolución de Nombres de Dominio para el Dominio de Nivel Superior (ccTLD) .GT – Guatemala.

“Ventajas de obtener un dominio .GT.” Artículo de 1 página. Fecha de consulta: agosto 2011. URL:http://www.gt/antes_de_registrar.html,

47. Universidad del Valle de Guatemala, Centro de Resolución de Nombres de Dominio para el Dominio de Nivel Superior (ccTLD) .GT – Guatemala. “Procedimiento de Registro de un nombre de dominio .GT.” Artículo de 2 páginas. Fecha de consulta: agosto de 2011. URL:http://www.gt/procedimientos_de_registro.html,