

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

**“EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE
UNA EMPRESA DE BEBIDAS GASEOSAS”**

TESIS

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

POR

MERLIN HERLINDA VELÁSQUEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

CONTADORA PÚBLICA Y AUDITORA

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADA

GUATEMALA SEPTIEMBRE DE 2017

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

Decano:	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Primero:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal Segundo:	MSc. Byron Giovanni Mejía Victorio
Vocal Tercero:	Vacante
Vocal Cuarto:	P.C. Marlon Geovani Aquino Abdalla
Vocal Quinto:	P.C. Carlos Roberto Turcios Pérez

EXONERADA DE LOS EXÁMENES DE ÁREAS PRÁCTICAS BÁSICAS

De conformidad con los requisitos establecidos en el capítulo III, artículos 15 y 16 del Reglamento para la Evaluación Final de Exámenes de Áreas Prácticas Básicas y Examen Privado de Tesis y al punto quinto, del Acta 26-2015 de la sesión celebrada por Junta Directiva el 15 de octubre de 2015.

PROFESIONALES QUE REALIZARON EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS

Presidente:	Lic. Erick Roberto Flores López
Secretario:	Lic. Oscar Noé López Cordon
Examinador:	Lic. Luis Fernando Monterroso Santos

Guatemala, 4 de julio de 2017

Licenciado
Luis Antonio Suárez Roldán
Decano
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho

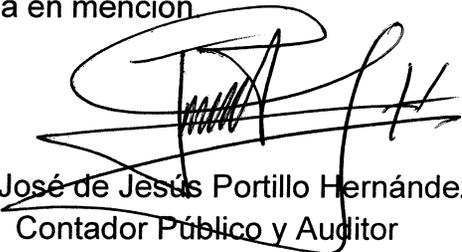
Respetable señor Decano:

De conformidad con la designación contenida de esa Decanatura recaída en mi persona, según Dictamen-Auditoría No. 183-2016, de fecha 08 d julio de 2016, he procedido a asesorar el trabajo de tesis elaborado por la estudiante Merlin Herlinda Velásquez, denominado **“EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA DE BEBIDAS GASEOSAS”**, el cual deberá presentar para poder someterse al Examen Privado de Tesis previo a optar al título de Contadora Pública y Auditora en el grado académico de Licenciada.

En dicho trabajo la estudiante identificada anteriormente, desarrolla con bastante propiedad los aspectos de mayor relevancia del tema indicado, habiendo cubierto los contenidos básicos trazados en su plan de investigación.

Por lo anterior, recomiendo que el presente trabajo sea sometido al proceso de Examen Privado de Tesis, ya que reúne los requisitos profesionales exigidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala y estimo que es un buen aporte para estudiantes, profesionales y para todos aquellos interesados en conocer sobre el tema en mención

Atentamente,



Lic. José de Jesús Portillo Hernández
Contador Público y Auditor
No. de Colegiado 4938

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS

EDIFICIO 'S-8'
Ciudad Universitaria zona 12
GUATEMALA, CENTROAMERICA

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, GUATEMALA,
VEINTIDÓS DE AGOSTO DE DOS MIL DIECISIETE.**

Con base en el Punto CUARTO, inciso 4.1.1 del Acta 14-2017 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 10 de agosto de 2017, se conoció el Acta AUDITORÍA 117-2017 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 29 de mayo de 2017 y el trabajo de Tesis denominado: "EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA DE BEBIDAS GASEOSAS", que para su graduación profesional presentó la estudiante **MERLIN HERLINDA VELÁSQUEZ**, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



LIC. LUIS ANTONIO SUÁREZ ROLDÁN
DECANO



m.ch

DEDICATORIA

- A DIOS** Gracias por su gran amor y su infinita misericordia al darme la vida y concederme la oportunidad de alcanzar este logro, dándome la sabiduría y la fortaleza que permitió que alcanzara mis anhelos.
- A MI MADRE** Elsa Velasquez Rosales
Con inmenso amor y gratitud por su gran apoyo, esfuerzo y por estar siempre conmigo.
- A MIS HERMANAS** Amanda y Yuliana Pérez Velásquez
Por su apoyo, amistad, amor y compañía.
- A MI ESPOSO** Daniel Carrera Mérida
Con todo mi amor por su comprensión, paciencia y apoyo incondicional.
- A MIS AMIGOS** Por su amistad y apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de la carrera.
- A MI ASESOR** Lic. José de Jesús Portillo Hernández
Por la guía y paciencia recibida durante la realización de esta tesis.
- A LA UNIVERSIDAD
DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA** Centro del saber que me ha instruido en mi carrera, en especial a la Facultad de Ciencias Económicas y a todos los catedráticos que me impartieron sus conocimientos para poder ser una profesional.

ÍNDICE

	Página	
INTRODUCCIÓN	i	
CAPÍTULO I		
EMPRESAS DE BEBIDAS CARBONATADAS		
1.1	Antecedentes históricos	1
1.1.1	Empresas de bebidas gaseosas en Guatemala	2
1.2	Definiciones	3
1.2.1	Bebida gaseosa	3
1.2.2	Empresa de bebidas gaseosas	3
1.3	Objetivos de las empresas de bebidas gaseosas	4
1.4	Proceso Productivo	4
1.4.1	Ingredientes	6
1.5	Organización de la empresa	8
1.5.1	Funciones básicas de la empresa	9
1.6	Constitución de las empresas de bebidas gaseosas	11
1.7	Marco legal aplicable	14
1.7.1	Constitución Política de la República de Guatemala	14
1.7.2	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 2-70, Código de Comercio y sus reformas	15
1.7.3	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 6-91, Código de Tributario y sus reformas	16
1.7.4	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 10-2012, Ley de Actualización Tributaria	17
1.7.5	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 27-92, Ley del Impuesto al Valor agregado	19

1.7.6	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 73-2008, Ley del Impuesto de Solidaridad	19
1.7.7	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 09-2002, Ley del Impuesto Específico Sobre La Distribución de Bebidas Gaseosas, Bebidas Isotónicas o Deportivas, Jugos y Néctares, Yogures, Preparaciones Concentradas o en Polvo para la Elaboración de Bebidas y Agua Natural Envasada	20
1.7.8	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 15-98, Ley del Impuesto Único Sobre Inmuebles	21
1.7.9	Congreso de la República de Guatemala, Decreto 1441, Código de Trabajo y sus reformas	21
1.7.10	Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 90-97 Código de Salud	22
1.7.11	Organismo Ejecutivo, Acuerdo Gubernativo No. 969-99 Reglamento para la Inocuidad de los Alimentos	24
1.7.12	Organismo Ejecutivo, Acuerdo Gubernativo No. 33-2016 Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional y sus reformas	26

CAPÍTULO II

EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1	Información Financiera	27
2.1.1	Características de la información financiera	27
2.1.2	Usuarios de la información financiera	28
2.2	Estados Financieros	29
2.2.1	Objetivo de los estados financieros	29
2.2.2	Elementos de los estados financieros	30
2.2.3	Características generales de los estados financieros	31

2.2.4	Presentación de estados financieros	33
2.3	Análisis financiero	38
2.3.1	Análisis horizontal	39
2.3.2	Análisis vertical	39
2.3.3	Razones financieras	40
2.4	El Contador Público y Auditor como consultor	43
2.4.1	Perfil del Contador Público y Auditor	44
2.4.2	Normas de ética aplicables al Contador Público y Auditor	44
2.4.3	Consultoría	47
2.4.4	Alcance del servicio de Consultoría	48
2.4.5	Características de la consultoría	48
2.4.6	Proceso de consultoría	49
2.4.7	Informe al cliente	50

CAPÍTULO III INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS

3.1	Análisis de la información financiera por segmentos	52
3.2	Alcance	53
3.3	Segmentos de operación	54
3.4	Segmentos sobre los que debe informarse	55
3.4.1	Criterios de agregación	56
3.4.2	Umbrales cuantitativos	56
3.4.3	Identificación de segmentos	61
3.5	Información a revelar	63
3.5.1	Información general	64
3.5.2	Información sobre resultados, activos y pasivos	64
3.5.3	Conciliaciones	66
3.6	Información a revelar sobre la entidad en su conjunto	67

3.6.1	Información sobre productos y servicios	67
3.6.2	Información sobre áreas geográficas	68
3.6.3	Información sobre los principales clientes	68

**CAPÍTULO IV
EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO
CONSULTOR EN EL ANALISIS DE LA INFORMACIÓN
FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA
DE BEBIDAS GASEOSAS
(CASO PRÁCTICO)**

4.1	Antecedentes de la empresa	69
4.2	Organigrama de la entidad	73
4.3	Solicitud de servicios profesionales	74
4.4	Propuesta de servicios profesionales	75
4.5	Carta de aceptación de la propuesta de servicios profesionales	78
4.6	Planificación del trabajo	79
4.7	Índice de papeles de trabajo	83
4.8	Identificación de segmentos	85
4.9	Información financiera de la empresa	86
4.10	Umbrales cuantitativos de los segmentos	94
4.10.1	Umbrales cuantitativos de los segmentos de operación	94
4.10.2	Umbrales cuantitativos de los segmentos geográficos	97
4.11	Análisis y revelación de información sobre segmentos	101
4.11.1	Análisis y revelación de información sobre segmentos de operación	101
4.11.2	Análisis y revelación de información sobre segmentos geográficos	108
4.12	Estados financieros por segmentos	114
4.12.1	Estados financieros por segmentos de operación	114

4.12.2	Estados financieros por segmentos geográficos	116
4.13	Análisis por medio de razones financieras sobre segmentos	118
4.13.1	Análisis por medio de razones financieras en segmentos de operación	118
4.13.2	Análisis por medio de razones financieras en segmentos geográficos	121
4.14	Análisis vertical de segmentos	125
4.14.1	Segmentos de operación	125
4.14.2	Segmentos geográficos	129
4.15	Cédula de marcas de auditoría	132
4.16	Informe final	133
4.16.1	Resumen de hallazgos	136
	CONCLUSIONES	140
	RECOMENDACIONES	142
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	143

ÍNDICE DE TABLAS

		Página
1	Aplicación de umbrales cuantitativos de ingresos	59
2	Aplicación de umbrales cuantitativos de activos	60
3	Aplicación de umbrales cuantitativos de resultados	60

ÍNDICE DE FIGURAS

		Página
1	Estructura organizacional de una empresa de bebidas gaseosas	9
2	Umbrales Cuantitativos	57
3	Diagrama para la identificación de segmentos	62
4	Información a revelar	63

INTRODUCCIÓN

Las empresas de bebidas gaseosas se encuentran actualmente en el sector de alimentos y bebidas en Guatemala, cuyo objeto es proporcionar alimentos de la más alta calidad que garantizan a la población seguridad alimentaria, el sector de alimentos y bebidas se encarga precisamente de la elaboración de alimentos procesados o que de alguna forma pasan por un proceso industrial, estas empresas han tomado auge dentro de la economía guatemalteca, porque generan fuentes de empleo y fomentan año con año el desarrollo económico del país.

Debido al desarrollo de las empresas de bebidas gaseosas se da la necesidad que un Contador Público y Auditor en calidad de profesional analice la información financiera que se genera durante un ejercicio, ya que estas empresas han tenido un crecimiento en cuanto a sus actividades operativas, es decir han lanzado una mayor variedad de productos, evitando así estancarse en un solo producto. Esta información financiera es indispensable para la administración y el desarrollo de toda empresa, para evaluar el rendimiento de sus operaciones, implementando mecanismos financieros para administrar los volúmenes de información y por lo tanto analizar el rendimiento y riesgos de cada uno de los productos que realiza la unidad económica, con el propósito de determinar los productos que presentan mayores márgenes de ganancia y cuales presentan márgenes bajos, con el fin de tomar decisiones de carácter económico y de negocios para incrementar y estabilizar la rentabilidad de los mismos.

En este sentido, el presente trabajo de tesis denominado "EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE UNA EMPRESA DE

BEBIDAS GASEOSAS” como resultado de un análisis al Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de una entidad; tiene como objetivo principal dar a conocer a la entidad la información financiera por segmentos y brindar una opinión adecuada sobre sus movimientos financieros individuales con el fin de priorizar sus puntos de mejora e indicar en qué aspectos debe cambiar para poder obtener una ganancia más adecuada, a través de las directrices para segmentar la información en forma práctica y eficiente, dentro del marco que regula la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) No.8 “Segmentos de Operación”.

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

En el Capítulo I se muestran las generalidades de empresa, definición, objetivos, detalles de las empresas de bebidas gaseosas en Guatemala, sus antecedentes históricos, la situación actual, los principales productos fabricados, así como sus ingredientes, constitución y el marco legal que debe observar dichas entidades.

El Capítulo II aborda el tema de la información financiera, se describen aspectos de importancia como: definición, importancia, objetivos, los estados financieros propiamente, así como su respectiva identificación de los mismos; se aborda lo relacionado al análisis financiero y los métodos para poder realizarlo indicando aspectos generales y el uso de las mismas; así mismo el perfil del contador público y auditor en el trabajo profesional de consultoría.

Dentro del Capítulo III se presenta un análisis de la NIIF No. 8 “Segmentos de Operación” mencionando sus principales aspectos y al mismo tiempo se

muestran las directrices para segmentar la información financiera con ejemplos que expresan paso a paso dicho procedimiento.

En el capítulo IV se plantea el caso práctico que revela la aplicación de los procedimientos y criterios descritos en la NIIF No. 8 a la empresa de bebidas gaseosas Maranatha, S.A., con el objetivo de entender mejor el rendimiento de las empresas y tomar decisiones bien fundamentadas sobre la base de información financiera suficiente y competente.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones, resultado de la investigación, así como las referencias bibliográficas que se utilizaron para la elaboración de la tesis.

CAPÍTULO I

EMPRESAS DE BEBIDAS CARBONATADAS

1.1 Antecedentes históricos

Las bebidas carbonatas o comúnmente llamadas gaseosas surgen a finales del siglo XVIII, utilizándose en esa época como remedio para curar diversos males en el ámbito de la farmacia. Los primeros refrescos conocidos se elaboraban a base de agua natural, que se combinaban con frutos y edulcorantes como la miel u otros jugos azucarados, posteriormente se elaboró con agua, bicarbonato sódico y anhídrido carbónico.

A raíz de varias combinaciones en 1886 John Pemberton experimentó con nuez de Kola africana y la hoja de coca, dando como resultado la bebida Coca Cola, varios años después Caleb Bradham, realiza un remedio para el dolor de cabeza al cual le agrego pepsina, una enzima para facilitar la digestión, que posteriormente registro la marca de esta bebida como Pepsi.

A principios del siglo XIX las bebidas trascendieron su uso, haciéndose habituales en el ámbito familiar, por el incremento de su demanda se desarrollaron nuevas formas de fabricación como la combinación de nuevos ingredientes.

La industria de las bebidas gaseosas se ha convertido en una de las más dinámicas e innovadoras por su constante evolución y capacidad de adaptación; ya que se cuenta hoy en una gran variedad de refrescos para cada momento y lugar.

1.1.1 Antecedentes históricos en Guatemala

Guatemala se ha convertido en un país exportador de bebidas en los últimos años, debido al desarrollo de varias industrias especializadas en el ramo de bebidas carbonatadas.

La industria de bebidas gaseosas en Guatemala se inicia con la llegada de la empresa Coca Cola Company en 1920, la cual se apoyaba en la United Fruit Company (UFCO) para su embotellado y envasado. Posteriormente se crea la Embotelladora Central que fue adquirida por el grupo Pamanco quien a su vez vendió la franquicia al grupo Coca Cola FEMSA en el 2003.

En 1885 se fundó la fábrica de bebidas gaseosas La Centroamericana la cual produjo la primera marca de bebidas embotelladas en el país, cuyas operaciones migraron hacia Embotelladora La Mariposa y por su eficiencia se convierte en el embotellador exclusivo de Pepsi Company en Guatemala.

En 1989 se constituyó por escritura pública la Fábrica de Bebidas Gaseosas Salvavidas S.A., con la actividad principal de la fabricación, embotellamiento, distribución y expendio de toda clase de bebidas simples o endulzadas, gaseosas o carbonatadas de carácter similar.

Actualmente, las empresas de bebidas gaseosas se encuentran en el sector de alimentos y bebidas en Guatemala, cuyo objeto es proporcionar alimentos de la más alta calidad que garantizan a la población seguridad alimentaria, el sector de alimentos y bebidas se encarga precisamente de la elaboración de alimentos procesados o que de alguna forma pasan por un proceso industrial.

Este sector concentra varias industrias como la cárnica, pesquera, láctea y la de bebidas, esta última tiene por objeto la elaboración y envasado de las

bebidas en general, el cual las clasifica en bebidas alcohólicas y bebidas no alcohólicas, dentro de estas se encuentran las bebidas gaseosas.

Según estudios en el año 2011 Guatemala tiene a las bebidas gaseosas como uno de sus principales productos de exportación y así mismo cuenta con 39 empresas en el sector de bebidas, generando \$220 millones en exportaciones anuales.

Se reportan que la distribución de bebidas en 2014 aumentó 43% en los últimos 10 años, siendo las bebidas gaseosas las que han aumentado un 35% en el periodo en cuestión, según datos de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), registrando 1.030 millones de litros distribuidos durante el 2014, es decir 25.4% entre 2004 y 2014.

Durante el trimestre enero-marzo 2015, esta industria exportó más de 48 millones de dólares americanos. Siendo sus principales mercados de exportación: Centroamérica, Caribe, Sudamérica, Europa, Asia, África en el orden correspondiente.

1.2 Definiciones

1.2.1 Bebida gaseosa

Es una bebida efervescente, saborizada y sin alcohol semejante a las de las fuentes naturales que aporta frescura al cuerpo al consumirse de manera fría.

1.2.2 Empresa de bebidas gaseosas

“Es la rama de la industria dedicada a la fabricación de bebidas sin alcohol, preparadas a base de uno o varios componentes (agua carbonatada, azúcar, colorantes, ácido fosfórico, ácido cítrico, ácido málico, benzoato de sodio y esencias naturales o artificiales” (21:3). Así mismo estas empresas se

constituyen legalmente para dedicarse a la elaboración, comercialización y distribución de las bebidas que pasan por un proceso sistemático de mezclado de ingredientes, con maquinaria de alta tecnología.

1.3 Objetivos de las empresas de bebidas gaseosas

Las empresas de bebidas gaseosas desean tener un desarrollo constante, por consiguiente, se traza propósitos conscientemente previstos para alcanzar el éxito dentro del mercado donde se desarrolla. Los principales objetivos que se proponen son los siguientes:

- La producción, comercialización y distribución de bebidas gaseosas con excelencia en la calidad.
- Ser fuente constante de crecimiento y desarrollo para el país.
- Ser un motor canalizador en la recaudación de impuestos para las arcas del país.
- Proporcionar empleo al país.
- Colaborar en el crecimiento de otras empresas.
- Lograr un desempeño financiero para la generación de utilidades.

1.4 Proceso productivo

Las bebidas gaseosas se realizan a través de un conjunto de operaciones de transformación de insumos mediante la aplicación de un proceso tecnológico. El proceso productivo de una empresa de bebidas gaseosas se divide en las siguientes etapas:

Etapa No. 1

Tratamiento de agua

En esta etapa el ingrediente principal de las bebidas pasa por varios tratamientos supervisados con controles de calidad, hasta el punto de que este ingrediente cumpla con los requerimientos de la Organización Mundial de la Salud.

Este proceso se realiza de la siguiente manera: el agua es filtrada mediante un filtro de arena que purifica el agua sucia para hacerla potable, mediante la eliminación de sólidos suspendidos del agua, posteriormente pasa a un filtro de carbón activado que purifica el agua de contaminantes como el cloro y pesticidas. Así mismo pasa por un filtro pulidor que retiene las partículas más pequeñas arrastradas de los filtros anteriores.

Etapa No. 2

Elaboración de jarabe simple

Es la mezcla del agua tratada con azúcar en cantidades adecuadas el cual también es filtrado y pasteurizado para eliminar cualquier contaminación microbológica.

Etapa No. 3

Elaboración de jarabe terminado

Es la mezcla del jarabe simple con concentrado llamado también saborizante, que cumple la función de dar un sabor en específico a la bebida.

Etapa No. 4

Carbonatación

Es la disolución de bióxido de carbono o sea gas a la bebida, que es su toque final ya que proporciona un sabor picante y efervescente a la bebida.

Etapa No. 5

Llenado y envasado

En esta etapa se utiliza cierto equipo para llenar los recipientes de las bebidas, preparada previamente por el carbonator, posteriormente se tapan las bebidas. Este proceso es inspeccionado posteriormente para verificar que el nivel de llenado y contenido neto sea correcto. Una vez llenado el envase se codifica de manera automática con la fecha de consumo preferente, línea de producción y día y hora de llenado.

En todo el proceso productivo se aplican controles de calidad para garantizar la máxima calidad en los productos.

1.4.1 Ingredientes

Los ingredientes básicos utilizados en la elaboración de bebidas gaseosas son agua tratada, azúcar, edulcorantes artificiales, ácidos, cafeína, colorantes, saborizantes, dióxido de carbono y conservantes. A continuación, se describirá cada uno de ellos.

Agua tratada

Es el líquido que se obtiene al someterse a varios sistemas de purificación para la eliminación de cualquier ente biológico, físico o químico.

Azúcar

Son cuerpos sólidos, cristalizados, solubles en el agua que dan sabor dulce, las bebidas gaseosas contienen una gran cantidad de este ingrediente.

Edulcorantes artificiales

Son sustitutos del azúcar que dota de sabor dulce a la bebida gaseosa. Entre ellos se destaca el aspartamo que es 200 veces más dulce que el azúcar,

acesulfamo 100-200 veces más dulce que el azúcar y la sacarina que es 300 veces más dulce que el azúcar.

Ácidos

Son compuestos químicos que se disuelve en agua, produce una sensación refrescante que preserva la calidad y el dulzor de la bebida.

Cafeína

Es un sólido cristalino, blanco y de sabor amargo, que actúa como una droga psicoactiva que estimula el sistema nervioso, la cual produce un efecto temporal de restauración del nivel de alerta, eliminación de la somnolencia y aumento de la frecuencia cardíaca.

Dióxido de carbono

Es un compuesto de átomos de carbono y oxígeno, existente en la naturaleza en condiciones de presión y temperatura en las fases de líquido, sólido y gaseoso, este es responsable de la efervescencia de la bebida, es considerado como un conservante ya que agrega acidez, lo que evita la proliferación de microorganismos dentro de la bebida.

Conservantes

Son sustancias naturales o artificiales que preservan el sabor conservando la bebida por más tiempo, los cuales detienen o minimizan el crecimiento de microorganismo en la misma.

Saborizantes

Son sustancias obtenidas de fuentes naturales o artificiales que proporcionan las diferentes sensaciones en las papilas gustativas y los olores a las bebidas,

ya que, sin estas sensaciones de sabor, el ser humano no las consumiría, el fin de los saborizantes es hacer a la gaseosa más apetitosa.

Colorantes

Son los encargados de brindar color a las bebidas, esto hace que el producto final sea visualmente más agradable, si estos están presentes en los alimentos se consideran naturales y si estos son añadidos a los alimentos como una acción humana son llamados artificiales. Tienen el objeto de modificar las elecciones o preferencias de los consumidores, uno de los colorantes más utilizados en las bebidas gaseosas es el color caramelo.

1.5 Organización de la empresa

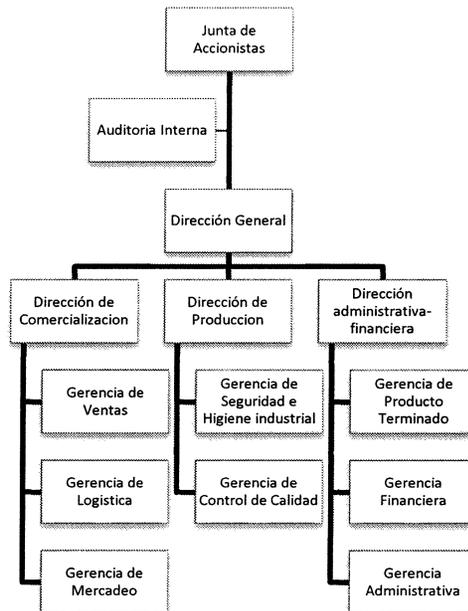
La distribución de los puestos dentro de la organización se muestra en los organigramas donde se dan a conocer los niveles más altos hasta los niveles más bajos de la entidad.

La estructura de la empresa está basada en jerarquía de acuerdo con la asignación de funciones. Está conformado en el nivel más alto por la junta de accionistas, seguido por gerente general luego sigue las diferentes gerencias como la gerencia de comercialización, gerencia de producción y gerencia financiera administrativa, así mismo se da el nexo hacia las áreas funcionales como la gerencia de ventas, logística, mercadeo, control de calidad, seguridad e higiene industrial, recursos humanos, finanzas y gerencia de producto terminado.

En la siguiente figura se muestra la organización de una empresa de bebidas gaseosas.

Figura No. 1

Estructura organizacional de una empresa de bebidas gaseosas



Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

1.5.1 Funciones básicas de la empresa

Toda entidad para el logro de sus objetivos debe de segregar sus funciones a manera que cada gerencia tenga estipulado sus respectivas atribuciones. A continuación, se presenta una breve descripción de las funciones que realiza cada gerencia derivado de la estructura organizacional de la entidad.

Junta de accionistas: es la parte de la parte de la empresa que evalúa el estado de la empresa una vez al año, finalizado el ejercicio; haciendo énfasis principalmente en las ventas y el crecimiento de la entidad; además establecen los lineamientos a seguir en forma de acciones a base de criterios definidos. También revisan las políticas de la empresa con respecto a la distribución de las utilidades al final del ejercicio.

Gerencia general: es la que tiene la máxima autoridad y es la encargada de dirigir y supervisar de manera inmediata el trabajo de las demás jefaturas a su cargo; planea medidas y métodos destinados a satisfacer las necesidades de todas las áreas.

Auditoria interna: es responsable de revisar la confiabilidad e integridad de la información financiera de acuerdo con los requisitos contables, de control interno, se observa que la auditoria interna se encuentra en medio de la junta de accionistas y gerencia general lo cual crea independencia sobre estos.

Gerencia de comercialización: es la responsable de coordinar las actividades para que el consumidor adquiera los productos de la entidad.

Gerencia de ventas: es la responsable de todas las acciones de marketing, promoción y comercialización de los productos de la empresa.

Gerencia de mercadeo: es la encargada del lanzamiento de nuevas campañas y realización de investigaciones para insertar los productos de la entidad a varias áreas del país y de tal modo que se maximice las ventas.

Gerencia de logística: es la responsable de cubrir la gestión y planificación de actividades departamentales de compras de materia prima, transporte, almacenaje y distribución de productos, satisfaciendo las demandas en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad.

Gerencia de producción: es la responsable del planeamiento operativo y la gestión administrativa del procesamiento y manufactura de productos carbonatados.

Gerencia de seguridad e higiene industrial: es la encargada de revisar las políticas, realizar inspecciones y establecer normas de seguridad, así mismo ocuparse del control en la higiene de la elaboración de los productos que realiza la entidad.

Gerencia de control de calidad: es la encargada de velar por el cumplimiento de las normas de calidad establecidas a lo largo de todo el proceso productivo desde la obtención del agua tratada e incluso la apariencia final del producto envasado, para esto realiza mediciones en diversos puntos en el proceso productivo y con una periodicidad ya establecida. Además, se encarga de controlar la calidad de los insumos necesarios para la obtención del producto terminado.

Gerencia administrativa: es la responsable por el desarrollo del recurso humano en la empresa, así mismo debe velar por mantener un clima laboral adecuado que permita un mejor desenvolvimiento de personal.

Gerencia financiera: es la encargada del manejo financiero y contable de la empresa y procura disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos con el objeto de que pueden funcionar debidamente.

Gerencia de productos terminados: es la encargada de la elaboración de reportes de movimientos en el almacén, control de entradas y salidas de producto y verificación de la carga correcta del producto en código y cantidades y conteos físicos del producto.

1.6 Constitución de las empresas de bebidas gaseosas

Las empresas que su finalidad es lucrar pueden constituirse según el Código de Comercio como personas individuales o sociedades mercantiles, la mayoría

de empresas de bebidas gaseosas se constituyen como una sociedad mercantil ya que son agrupaciones de personas organizadas mediante un contrato, el cual ejercen una actividad económica y dividen las ganancias o pérdidas obtenidas.

La forma de sociedad mercantil más utilizada por las empresas de bebidas gaseosas es la Sociedad Anónima que es la que tiene el capital dividido y representado por acciones y la responsabilidad de cada accionista se encuentra limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito, esta sociedad debe tener un capital mínimo de cinco mil quetzales (Q5, 000.00).

Las acciones emitidas por la entidad pueden ser nominativas o al portador, a elección de cada accionista y acciones de voto limitado o preferentes. Las acciones nominativas dan derecho al titular a recibir parte de los beneficios en forma de dividendos, la suscripción preferente de nuevas acciones, realizar acto de presencia en la Junta General de Accionistas y proceder a su voto sobre los distintos aspectos que afecten a los acuerdos sociales de la misma y las acciones preferentes tienen una serie de privilegios para los accionistas como puede ser el derecho a cobrar dividendo antes que los accionistas ordinarios, ya que según lo que establece el artículo 131 del Código de Comercio establece que no se podrán distribuirse dividendos a las acciones ordinarias sin que antes se señale a las de voto limitado, un dividendo no menor del seis por ciento en el ejercicio social correspondiente.

Para la constitución de una Sociedad Anónima se necesita tener en cuenta cierta información previa a la elaboración de la escritura pública, como lo es los datos de los accionistas, denominación de la sociedad, identificación de las actividades a que se dedicará la sociedad, capital Autorizado, forma en que se desea se emitan las acciones, forma en que se integrará el órgano de

administración y la determinación de las personas que contarán con representación legal de la entidad.

Posteriormente al conocimiento de dicha información se registra la sociedad en el Registro Mercantil, la cual se lleva a cabo a base de escritura pública, dicha inscripción tendrá como resultado el primer testimonio de la escritura que contiene el contrato de constitución de la sociedad anónima, debidamente razonada por el Registro Mercantil, nombramientos inscritos de las personas que ostentarán los cargos de representante legal de la entidad, títulos de acciones que acreditan la calidad de accionistas, patente de comercio de sociedad y patente de comercio de empresa.

Las empresas así mismo, se deben de registrar en la Superintendencia de Administración Tributaria con la siguiente información: nombres y apellidos completos de la persona individual, denominación o razón social de la persona jurídica, nombre comercial, nombres y apellidos completos del representante legal de la persona jurídica, domicilio fiscal, actividad económica principal, fecha de iniciación de actividades afectas, inscripción en cada uno de los impuestos a los que se encuentre afecto.

Disponiendo de la información mencionada, la SAT asignará un Número de Identificación Tributario, el cual deberá consignarse en toda actuación que se realice ante la misma.

Ante el Ministerio de Salud Pública, deberá solicitar la licencia sanitaria para poder comercializar los productos con nombre comercial.

Así mismo la empresa debe registrarse en el régimen de seguridad social, la cual debe presentar la siguiente documentación: fotocopia de patente de

comercio de la sociedad, fotocopia de escritura pública de constitución de sociedad, fotocopia de acta notarial de nombramiento del representante legal, con la anotación en el Registro Mercantil, fotocopia de DPI completa del representante legal y fotocopia de la constancia del NIT, constancia extendida por un perito contador, en la cual debe constar de la fecha completa en la que se ocupó el mínimo o más de trabajadores, total de trabajadores monto devengado en salarios por el total de trabajadores indicados y nómina de los empleados de la empresa.

1.7 Marco legal aplicable

Las empresas de bebidas gaseosas se deben regir y cumplir con las disposiciones legales de nuestro país, por lo cual se desarrollarán a continuación las principales leyes aplicables a estas empresas.

1.7.1 Asamblea Nacional Constituyente, Acuerdo Legislativo No. 18-93, Constitución Política de la República de Guatemala

Es la ley suprema que regula los derechos y obligaciones de las personas individuales y sociales y así mismo rige el Estado y sus demás leyes.

La carta magna establece que como individuos se tienen la “libertad de industria, comercio y trabajo. Se reconoce la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes”. (1:10)

El derecho al trabajo es otra posesión que se tienen como persona y una obligación social. Este derecho se fundamenta con principios de justicia social, en el cual establece los derechos sociales mínimos, ejemplos de ellos son: todo trabajo es remunerado, tener un salario mínimo, el trabajador tiene derecho a un aguinaldo, una indemnización, vacaciones, entre otras.

1.7.2 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 2-70, Código de Comercio y sus reformas

Fue creado para cubrir las necesidades del desarrollo económico del país, el cual responde a un criterio mercantil que estimula la libre empresa, facilitando su organización; y regulación de sus operaciones, encuadrándolas dentro de limitaciones justas y necesarias.

Este código norma la actividad profesional de los comerciantes, los negocios jurídicos mercantiles y cosas mercantiles.

El código de comercio establece que la industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios es un comerciante.

Este código establece las formas de constitución, liquidación y disolución de las empresas de bebidas gaseosas, así mismo la forma cómo distribuir las utilidades o pérdidas generadas en el ejercicio de sus operaciones.

Toda empresa que sea un comerciante o sociedad mercantil está obligado a inscribirse en el Registro Mercantil, las sociedades mercantiles se inscribirán con base en el testimonio respectivo que comprende la forma de organización, razón social y nombre comercial si los hubiere, domicilio y el de sus sucursales, objeto, plazo de duración, capital social, notario que autoriza la escritura de constitución, lugar y fecha, órganos de administración, facultades de los administradores y órganos de vigilancia si los tuviere.

“Los comerciantes están obligados a llevar su contabilidad en forma organizada, de acuerdo con el sistema de partida doble y usando principios de contabilidad generalmente aceptados. Para ese efecto deberán llevar, los

siguientes libros o registros: inventarios; de primera entrada o diario; mayor o centralizador; de estados financieros”. (2:82)

1.7.3 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 6-91, Código de Tributario y sus reformas

Fue creado con el fin de regular el principio de legalidad en materia tributaria, con el objeto de evitar arbitrariedades y abusos de poder, y normar adecuadamente las relaciones entre el fisco y los contribuyentes, determinando las bases de recaudación de los tributos y lo relativo a la fijación de la base imponible y el tipo impositivo.

El artículo 1 indica que “las normas de este Código son de derecho público y regirán las relaciones jurídicas que se originen de los tributos establecidos por el Estado, con excepción de las relaciones tributarias aduaneras y municipales, a las que se aplicarán en forma supletoria”. (3:2)

Este código fija las obligaciones que tienen los contribuyentes en materia tributaria entre las cuales se encuentran facilitar las tareas de determinación, recaudación, fiscalización e investigación que realice la Administración Tributaria y en especial lo siguiente:

“Llevar los libros y registros referentes a las actividades y operaciones que se vinculen con la tributación, inscribirse en los registros respectivos, aportando los datos y documentos necesarios y comunicar las modificaciones de los mismos, presentar las declaraciones que correspondan y formular las ampliaciones o aclaraciones que les fueren solicitadas y cumplir con cualquier otro deber formal que establezcan las disposiciones legales respectivas”. (3:48)

Antes de iniciar actividades afectas todo contribuyente debe estar inscrito en la Administración Tributaria, asignándole esta un Número de Identificación Tributaria, el cual deberá consignarse en toda actuación que se realice ante la misma y en los documentos que se emitan de conformidad con las leyes tributarias.

Si un contribuyente incumple con la obligación tributaria o sea en omisión, evasión o defraudación de tributos y contribuciones, o incumplan con las leyes relativas a la actividad del comercio, de industria, de agricultura o de servicios, el Código Tributario impone sanciones sobre tales actos.

1.7.4 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 10-2012, Ley de Actualización Tributaria y sus reformas, Libro I

“Se decreta un impuesto sobre toda renta que obtengan las personas individuales, jurídicas, entes o patrimonios que se especifiquen en este libro, sean éstos nacionales o extranjeros, residentes o no en el país. El impuesto se genera cada vez que se producen rentas gravadas, y se determina de conformidad con lo que establece el presente libro”. (5:2)

La Ley de Actualización Tributaria establece los siguientes tipos de renta:

- **Rentas de actividades lucrativas**

Son las rentas provenientes de la producción, venta y comercialización de bienes y la exportación de bienes producidos, manufacturados, comercializados, remitidos al exterior. Estas rentas se pueden dividir en dos regímenes que son:

Régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas:

La renta imponible se determina deduciendo de su renta bruta las rentas exentas y los costos y gastos deducibles y se suman los costos y gastos para la generación de rentas exentas. Los contribuyentes inscritos a este régimen aplican a la base imponible determinada el tipo impositivo del veinticinco por ciento (25%), realizando pagos trimestrales.

Régimen opcional simplificado sobre ingresos de actividades lucrativas.

La renta imponible se determina deduciendo de su renta bruta las rentas exentas. Los tipos impositivos de este régimen se calculan según el rango de renta imponible mensual, si es de Q.0.01 a Q.30, 000.00 la tasa impositiva es del 5 %, si la renta imponible es de Q.30, 000.01 en adelante se aplica un importe fijo de Q.1, 500.00 y se aplica la tasa impositiva del 7% sobre el excedente de Q.30, 000.00.

Las empresas que apliquen cualquiera de los dos regímenes anteriores están obligadas a llevar su contabilidad de acuerdo con el sistema contable de lo devengado o percibido siempre con previa autorización de la Administración Tributaria, así mismo cumplir con las obligaciones en materia de llevar libros, registros y estados financieros a la fecha de cierre de cada período de liquidación definitiva anual.

• Rentas de trabajo

Son aquellas provenientes de toda clase de contraprestación, retribución o ingreso, que deriven del trabajo personal prestado en relación de dependencia, desarrollado dentro o fuera de Guatemala, los tipos impositivos aplicables son del cinco y siete por ciento (5% y 7%) según el rango de la renta imponible.

- **Rentas de Capital**

Son las derivadas del capital y de las ganancias de capital, percibidas o devengadas, el tipo impositivo de estas rentas son del diez por ciento (10%).

1.7.5 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 27-92, Ley del Impuesto al Valor agregado

Esta ley norma toda prestación de servicios efectuada en el territorio nacional con una tasa impositiva del doce por ciento (12%), la suma que el contribuyente debe de pagar al fisco es la diferencia entre el total de débitos que es la suma del impuesto cargado por el contribuyente en las operaciones afectas y el total de créditos fiscales generados que es la suma del impuesto cargado al contribuyente por las operaciones afectas, reportándose en una declaración mensual dentro del mes calendario siguiente.

En cuanto a la contabilidad, la ley expresa que todo contribuyente “debe llevar y mantener al día un libro de compras y servicios recibidos y otro de ventas y servicios prestados”. (8:31)

1.7.6 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 73-2008, Ley del Impuesto de Solidaridad

Esta ley es creada para cumplir con el principio de solidaridad que tiene el Estado, el cual se genera por la realización de actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional.

Este impuesto debe pagarse dentro del mes inmediato siguiente a la finalización de cada trimestre, se determina por la multiplicación del tipo impositivo del uno por ciento (1%) por la base imponible que es la cuarta parte del monto del activo neto o la cuarta parte de los ingresos brutos.

1.7.7 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 09-2002, Ley del Impuesto Específico Sobre La Distribución de Bebidas Gaseosas, Bebidas Isotónicas o Deportivas, Jugos y Néctares, Yogures, Preparaciones Concentradas o en Polvo para la Elaboración de Bebidas y Agua Natural Envasada

Tiene como objeto gravar la distribución de bebidas gaseosas simples o endulzadas que contengan o no gas carbónico, este impuesto se genera en la fecha de distribución, precisamente cuando salen de los lugares de almacenamiento de los fabricantes o importadores registrados para su distribución en el país.

Para efectos de la aplicación del impuesto la unidad de medida o equivalencia es el litro. Este impuesto se paga mensualmente sobre la cantidad de litros que las empresas distribuyan en el territorio nacional.

Las tarifas aplicables a las bebidas gaseosas simples o endulzadas que contengan o no, gas carbónico, así como los jarabes y/o concentrados de cuya mezcla se generen bebidas gaseosas Q.0.18 por litro. La Superintendencia de Administración Tributaria es la encargada de la administración que comprende la aplicación, recaudación, fiscalización y control de este impuesto.

Las personas encargadas de la elaboración de toda clase de bebidas deberán presentar declaración jurada en los primeros diez días hábiles siguientes al vencimiento de cada mes, que contenga la cantidad de litros despachados y el total del impuesto a pagar, esta declaración tendrá que ir acompañada de "la certificación extendida por el contador que el contribuyente haya registrado ante la SAT que contenga, expresado en litros, el movimiento de inventario así: el saldo anterior en litros, la cantidad de litros producidos durante el mes que se declara, las salidas realizadas durante el mes por ventas u otros

conceptos; y el saldo para el mes siguiente y clase y marca de bebidas cuya distribución está gravada, y cantidad en litros que fueron destinadas para el autoconsumo”. (4:6)

1.7.8 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 15-98, Ley del Impuesto Único Sobre Inmuebles

Esta ley establece el impuesto que recae sobre inmuebles rústicos o rurales y urbanos, integrando los mismos el terreno, las estructuras, construcciones, instalaciones adheridas al inmueble y sus mejoras. Dicho impuesto se hará efectivo de manera trimestral en los meses de abril, julio, octubre y enero.

“Para la determinación del impuesto anual sobre inmuebles, se establecen las escalas y tasas siguientes:

Valor inscrito	Impuesto
Hasta: Q 2,000.00	Exento
De Q 2,000.01 a Q20,000.00	2 por millar
De Q20,000.01 a Q70.000.00	6 por millar
De Q70,000.01 en adelante	9 por millar”. (7: 4)

1.7.9 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 1441, Código de Trabajo y sus reformas

El código de trabajo “regula los derechos y obligaciones de patronos y trabajadores, con ocasión del trabajo, y crea instituciones para resolver sus conflictos”. (6:9)

Obligaciones de los trabajadores

- a) Desempeñar el servicio contratado bajo la dirección del patrono.
- b) Ejecutar el trabajo con la eficiencia en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- c) Devolver los materiales no utilizados y conservar en buen estado los utensilios que se les faciliten para el trabajo.

- d) Observar buenas costumbres durante el trabajo.
- e) Prestar los auxilios necesarios en caso de cualquier accidente.
- f) Someterse a reconocimiento médico.
- g) Guardar los secretos de la elaboración, comercialización de los productos, entre otras.

Obligaciones de los patronos

- a) Enviar al Ministerio de Trabajo y Previsión Social un informe que contenga los egresos por salarios, bonificaciones y cualquier otra prestación económica durante el año anterior y nombres y apellidos de sus trabajadores con expresión de la edad, nacionalidad, sexo, ocupación, número de días que haya trabajado cada uno y el salario que individualmente.
- b) Preferir, en igualdad a los guatemaltecos sobre extranjeros.
- c) Guardar a los trabajadores la debida consideración.
- d) Proporcionar a los trabajadores los utensilios para ejecutar el trabajo y así como su respectiva guarda.
- e) Permitir la inspección y vigilancia que las autoridades de trabajo practiquen en su empresa.
- f) Pagar al trabajador el salario correspondiente al tiempo que éste pierda cuando se vea imposibilitado para trabajar por culpa del patrono, entre otras.

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

Son las disposiciones políticas en materia de la salud, en el cual se reconoce que la salud es un derecho fundamental, por el cual se desarrollan acciones de prevención, promoción, recuperación y rehabilitación de la misma. El Ministerio de Salud juntamente con otras dependencias promoverá acciones que garanticen la disponibilidad, producción, consumo y utilización de los alimentos tendientes a lograr la seguridad alimentaria y nutricional.

Toda fábrica de bebidas, previo a su funcionamiento o apertura al público, deberá obtener la licencia sanitaria extendida el Ministerio de Salud, la cual permite garantizar la calidad del alimento y así mismo constituye una base para controlar el producto en el mercado.

Es prohibido el funcionamiento de establecimientos de alimentos sin licencia sanitaria vigente, la cual tendrá una duración de cinco años.

Siendo el agua el principal ingrediente de las bebidas gaseosas, este código establece que “las Municipalidades y demás instituciones públicas o privadas encargadas del manejo y abastecimiento de agua potable, tienen la obligación de purificarla, en base a los métodos que sean establecidos por el Ministerio de Salud”. (10:23)

En el artículo 138 de este código establece que: “En ausencia de normas nacionales para casos específicos o que estas sean insuficientes o desactualizadas, se aplicarán supletoriamente las del Codex Alimentarius” (110:35). El Codex alimentario dicta normas que son fundamentales para asegurar que los alimentos sean inocuos y aptos para el consumo, entre estas normas se encuentran:

Proyecto y construcción de las instalaciones: dicta las normas sobre las buenas condiciones de higiene de las instalaciones adecuadas que permitan hacer frente a los peligros con eficacia.

Control de operaciones: son las normas que aseguran la inocuidad y la aptitud de los alimentos en una etapa apropiada de las operaciones, mediante el control de los riesgos.

Instalaciones-mantenimiento y saneamiento: son las normas que facilitan un control eficaz constante de los peligros alimentarios, las plagas y otros agentes que tengan probabilidad de contaminar los productos.

Instalaciones-higiene personal: son los lineamientos que aseguran que quienes tienen contacto directo o indirecto con los alimentos no tengan probabilidades de contaminar los productos alimenticios.

Transporte: establece las condiciones eficaces e idóneas para el transporte del producto.

1.7.11 Organismo Ejecutivo, Acuerdo Gubernativo No. 969-99 Reglamento para la Inocuidad de los Alimentos

El presente reglamento tiene por objeto desarrollar las disposiciones del Código de Salud, relativas al control sanitario de los alimentos en las distintas fases de la cadena productiva y de comercialización para garantizar que los alimentos no causaran daño al consumidor.

Este reglamento establece a las fábricas de bebidas como establecimientos de alimentos, por lo cual debe cumplir las disposiciones que el mismo establece en cuestiones de transporte, registro sanitario, manipulación, material de empaque, etiquetado, propaganda y publicidad.

Para el transporte de las bebidas, los vehículos utilizados para el transporte están sujetos al cumplimiento de las disposiciones higiénico-sanitarias, a la inspección sanitaria y deberán ser exclusivos para tal fin, de manera que protejan los productos de contaminaciones y aseguren su correcta conservación en el traslado, así mismo el propietario del vehículo de transporte

de alimentos y del conductor del mismo, debe cumplir con las disposiciones sanitarias sobre las bebidas.

“El registro sanitario de referencia es el acto administrativo mediante el cual, el Ministerio de Salud por conducto del Laboratorio Nacional de Salud, evalúa y certifica un alimento procesado, conforme las normas y reglamentaciones de inocuidad y calidad específicas. Este registro constituye el patrón de referencia que servirá de base para las evaluaciones del control posterior que se hagan a dicho producto en el mercado”. (18:10)

El personal que se encuentre asignado en el proceso productivo de la elaboración de bebidas tiene que poseer los documentos sanitarios vigentes que legalmente procedan para comprobar su historial de salud.

Las bebidas gaseosas deben de etiquetarse previo a su comercialización y cumplir con los requisitos que se dictan para el mismo, los cuales son los siguientes: la información contenida debe ser en idioma español, contener el nombre del alimento, lista de ingredientes, contenido neto y peso, nombre y la dirección del fabricante, país de origen, identificación del lote, marcado de la fecha, instrucciones para la conservación e instrucciones para el uso.

En cuanto a la propaganda y publicidad de la bebidas gaseosas, se deben registrar los anuncios para el conocimiento del departamento, para determinar si estos cumplen las regulaciones pertinentes como contar con el registro sanitario vigente, verificar que la publicidad se realice con apego a las características propias de cada producto e incluir cualquier indicación o imagen que directa o indirectamente dé lugar a interpretar que el Ministerio de Salud o sus dependencias, recomiendan o amparan el consumo de las bebidas.

1.7.12 Organismo Ejecutivo, Acuerdo Gubernativo No. 33-2016 y sus reformas, Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional

Dicho reglamento establece las disposiciones obligatorias que tienen por objeto la prevención y limitación de riesgos, así como la protección contra accidentes capaces de producir cualquier accidente a los trabajadores y bienes de las empresas.

“Todo patrono o su representante, intermediario, proveedor, contratista o subcontratista, y empresas terceras están obligados a adoptar y poner en práctica en los lugares de trabajo, las medidas de SSO para proteger la vida, la salud y la integridad de sus trabajadores, especialmente en lo relativo:

- a) A las operaciones y procesos de trabajo.
- b) Al suministro, uso y mantenimiento de los equipos de protección personal, certificado por normas internacionales debidamente reconocidas.
- c) A las edificaciones, instalaciones y condiciones ambientales en los lugares de trabajo.
- d) A la colocación y mantenimiento de resguardos, protecciones y sistemas de emergencia a máquinas, equipos e instalaciones”. (17:2)

CAPÍTULO II

EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 Información financiera

“La información financiera que emana de la contabilidad, integrada por información cuantitativa expresada en unidades monetarias y descriptiva (información cualitativa), que muestra la posición y desempeño financiero de una entidad”. (16:5)

2.1.1 Características de la información financiera

“La información financiera es útil, si logra informar correctamente a sus usuarios, por tal razón debe cumplir con ciertas características cualitativas” (16:5), las cuales se describirán a continuación.

- **Relevancia**

La información financiera es relevante porque influye en las decisiones de los usuarios, ya que representa un valor predictivo y confirmativo.

- **Representación fiel**

Debe representar fielmente los fenómenos de los cuales informa, para lo cual la información debe ser completa, la cual incluye toda la información necesaria para ser entendible, neutral lo que significa que la información no debe de estar manipulada y libre de error la cual hace referencia que no deben de existir omisiones en la misma.

- **Comparabilidad**

Es la que permite identificar similitudes entre diferentes partidas que informan.

- **Verificabilidad**

Ayuda a comprobar que la información representa fielmente la información financiera de la entidad.

- **Oportunidad**

Es la disposición de la información financiera en determinado tiempo.

- **Comprensibilidad**

Se refiere que la información financiera debe ser entendible y concisa.

2. 1.2 Usuarios de la información financiera

La utilidad de la información financiera es informar a los usuarios en general para tomar decisiones sobre los suministros de recursos a la entidad. Entre los principales usuarios de la información financiera se encuentran:

- **Inversores**

Son los que proveen de capital a las entidades a cambio de una participación accionaria, estos utilizan la información financiera para tomar decisiones de compra o venta de patrimonio o instrumentos de deuda.

- **Prestamistas**

Son los que suministran efectivo a la entidad a cambio de cobros de intereses, se basan en la información financiera para tomar decisiones sobre proporcionar o liquidar préstamos.

- **Acreedores**

Son las personas físicas o jurídicas que exigen el pago de ciertas obligaciones contraídas, ya que con anterioridad han otorgado efectivo a modo de crédito

con sus respectivos intereses, estos usan la información financiera para tomar decisiones sobre proporcionar o liquidar ciertos créditos.

Los usuarios de la información financiera para poder evaluar las perspectivas de entradas netas de efectivo a la entidad se confían en los estados financieros que esta emite y así mismo debe de tomar en cuenta las condiciones económicas, políticas y perspectivas de la empresa.

La necesidad de esta información financiera hace que se produzcan los estados financieros que son la manifestación fundamental de la misma.

2.2 Estados financieros

“Son aquéllos que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información”. (12:1)

La preparación y presentación de los estados financieros se realiza de acuerdo con la estructura y reglas que indican las Normas Internacionales de Información Financiera, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad.

2.2.1 Objetivo de los estados financieros

“El objetivo de los estados financieros con propósitos de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de la entidad. Se pretende que tal información sea útil a una amplia gama de usuarios al tomar decisiones económicas”. (12:3)

Los estados financieros no solo manifiestan un desempeño financiero, sino que también muestran los resultados del desempeño administrativo de la entidad, el cual hace constar con cuanta efectividad los administradores manejan los recursos que les han sido confiados. Toda esta información se prepara desde una perspectiva en conjunto para proporcionar información que satisfaga las necesidades de la mayoría de los usuarios.

2.2.2 Elementos de los estados financieros

“Los estados financieros proporcionan información sobre los efectos financieros de las transacciones y otros sucesos, agrupándolos en grandes categorías, los elementos de los estados financieros”. (11:34)

Los estados financieros incluyen información monetaria de sus elementos, estos son los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos de una entidad, los cuales se definirán a continuación.

- **Activos**

Son recursos económicos de una entidad como resultado de sucesos pasados, que tiene el potencial de producir en el futuro beneficios económicos. Estos se pueden clasificar en corrientes que son los que se pretenden liquidar en un periodo normal de operaciones y no corrientes que se liquidan a largo plazo.

- **Pasivos**

Son las distintas obligaciones que tiene una entidad creadas por sucesos pasados que implican desembolsos de efectivo, la transferencia de otros activos, la prestación de servicios, la sustitución de esa obligación por otra o la conversión de la obligación en patrimonio. Los pasivos al igual que los

activos se clasifican en corrientes y no corrientes, o sea obligaciones que son a corto y largo plazo.

- **Patrimonio**

Es el resultado de deducir los activos con los pasivos de una entidad, que a la vez constituye los medios económicos y financieros a través de los cuales ésta puede cumplir con sus fines.

- **Ingresos**

Son los aumentos de los beneficios económicos, disminuciones de las obligaciones, que dan como resultado un aumento de patrimonio.

- **Gastos**

Son las disminuciones de los beneficios económicos que implican decrementos de los activos, aumentos de pasivos, que dan como resultado disminuciones de patrimonio en una entidad.

2.2.3 Características generales de los estados financieros

- **Presentación razonable y cumplimiento de las Normas Internacionales de Información Financiera**

Los estados financieros deben presentar información financiera basada en la razonabilidad, la cual se logra aplicando todos los requerimientos de las NIIF, esto se efectuará a través de una declaración explícita y sin reservas de dicho cumplimiento, con la presentación relevante, fiable, comparable y comprensible de los efectos de las transacciones, suministro de información adicional y aplicación de la norma de políticas contables.

- **Hipótesis de negocio en marcha**

En la elaboración de los estados financieros se evalúa la continuidad del funcionamiento de la entidad, esta capacidad se logra si la entidad tiene un historial de rentabilidad y un acceso futuro de recursos financieros.

- **Base contable de acumulación (devengo)**

Los efectos de las transacciones y demás sucesos se reconocen en los estados financieros si estos cumplen con la definición y criterios de reconocimiento de los elementos de los estados financieros, los criterios de reconocimiento exponen que para que una entidad reconozca estos elementos, estos deben proporcionar información relevante, una representación fiel e información que dé lugar a beneficios que exceden el costo.

- **Materialidad o importancia relativa y agregación de datos**

“La información es material o tiene importancia relativa si su omisión o expresión inadecuada puede influir en decisiones que los principales usuarios de los informes financieros con propósito general adoptan a partir de la información financiera de una entidad que informa específica”. (11:27)

- **Compensación**

Es la identificación neta de partidas relacionadas de activos con pasivos y los ingresos con gastos en los estados financieros, debido a transacciones relacionadas con partidas valorativas, la compensación se realiza si las Normas Internacionales de Información Financiera así lo requieran ya que limitan la comprensión de los usuarios en la información financiera.

- **Frecuencia de la información**

Se refiere a que una entidad presentará un juego completo de estados financieros (estado de situación financiera, estado del resultado del periodo y otro resultado integral, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujo de efectivo y notas a los estados financieros) incluyendo información comparativa al menos anualmente.

- **Información comparativa**

Los estados financieros deben incluir información comparativa sobre periodos precedentes, información descriptiva y narrativa, cuando esta sea relevante. Esta información ayuda a los usuarios a identificar ciertas tendencias en la información financiera.

- **Uniformidad en la presentación**

Se refiere a la consistencia de la presentación en los estados financieros excepto si se realiza un cambio en la naturaleza de las actividades de la entidad o una NIIF requiera un cambio en la presentación.

2.2.4 Presentación de los estados financieros

Los estados financieros se deben presentarse de acuerdo a la estructura y contenido de las Normas Internacionales de Contabilidad, para que estos puedan ser comparables entre periodos y ayudar a los usuarios en la toma de decisiones económicas.

a. Identificación de los estados financieros

Los estados financieros se deben identificar para ser distinguidos de otros documentos, para ser distinguidos los estados financieros deben contener la siguiente información:

- El nombre de la entidad.
- Si los estados financieros pertenecen a una entidad o grupo.
- La fecha de cierre del período
- La moneda de presentación.
- El redondeo utilizado en las cifras.

b. Componentes de los estados financieros

Un juego completo de estados financieros comprende:

- **Estado de situación financiera**

Es el estado financiero que muestra la situación económica y financiera de una entidad en una fecha determinada, conformado por los activos corrientes y no corrientes, pasivos corrientes y no corrientes, así como el patrimonio.

“El estado de situación financiera incluirá partidas que presenten los siguientes importes:

- a) propiedades, planta y equipo
- b) propiedades de inversión
- c) activos intangibles
- d) activos financieros
- e) inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación
- f) activos biológicos
- g) inventarios
- h) deudores comerciales y otras cuentas por cobrar
- i) efectivo y equivalentes al efectivo
- j) el total de activos clasificados como mantenidos para la venta y los activos incluidos en grupos de activos para su disposición que se hayan clasificado

como mantenidos para la venta de acuerdo con la NIIF 5 Activos No corrientes
Mantenidos para la Venta y Operaciones Discontinuadas

k) acreedores comerciales y otras cuentas por pagar

l) provisiones

m) pasivos financieros

n) pasivos y activos por impuestos corrientes

o) pasivos y activos por impuestos diferidos

p) pasivos incluidos en los grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta de acuerdo con la NIIF 5

q) participaciones no controladoras, presentadas dentro del patrimonio

r) capital emitido y reservas atribuibles a los propietarios de la controladora.”

(12:10)

- **Estado del resultado del periodo y otro resultado integral**

Es el estado financiero que presenta el rendimiento financiero de una entidad en una fecha determinada. El estado de resultado del periodo presenta las partidas de ingresos y gastos de un período, los cuales pueden ser los ingresos de actividades ordinarias, costos financieros, participación en el resultado del período de las asociadas y negocios y gastos por impuestos.

El otro resultado integral presenta las partidas de otro resultado integral clasificadas por naturaleza y la participación en el otro resultado integral de asociadas y negocios conjuntos contabilizados utilizando el método de la participación.

Los gastos que se muestran en el rendimiento financiero de una entidad pueden representarse según la naturaleza del gasto, el cual no distribuye los gastos atendiendo las funciones en la cual la entidad se desarrolla, lo que

implica que no se distribuya el costo de venta, los gastos de administración y gastos de venta.

Así mismo los gastos pueden desglosarse según su función, este método implica que se represente las partidas como parte del costo de las ventas o por los gastos de distribución o de administración.

- **Estado de cambios en el patrimonio**

Es el estado financiero que presenta las variaciones en un período determinado del resultado del mismo, cambios en políticas, importes de dividendos, capitales aportados a la entidad, correcciones de errores reconocidos en el período y otras distribuciones recibidas durante el período por los inversores en el patrimonio.

Para toda entidad es primordial el análisis de este estado financiero, ya que proporciona información sobre la garantía patrimonial y sirve de base para las decisiones económicas de sus usuarios.

- **Estado de flujos de efectivo**

Este estado muestra el efectivo generado de todas las actividades que desarrolla una entidad, para llevar a cabo sus operaciones, suministrar rendimientos a sus inversores y para hacerle frente a sus obligaciones.

“La información acerca de los flujos de efectivo de una entidad es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades que ésta tiene de utilizar dichos flujos de efectivo. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad

que la entidad tiene de generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición". (13:1)

El estado de flujo de efectivo presenta las operaciones de la entidad en tres grandes actividades las cuales son:

a) Actividades de operación: son aquellas actividades provenientes del objeto de la entidad, constituyéndose la principal fuente de ingresos, entre estas se encuentran los cobros de las ventas de bienes, prestación de servicios, regalías, cuotas, comisiones y los pagos a proveedores, a los empleados y pagos o devoluciones de impuestos sobre las ganancias.

b) Actividades de inversión: son las que provienen sobre los distintos desembolsos en adquisiciones que realiza la entidad para obtener en el futuro beneficios económicos, entre estas se encuentran pagos de propiedades, planta y equipo, activos intangibles, otros activos a largo plazo, inversiones, anticipos de efectivo y préstamos a terceros y sus respectivos cobros.

c) Actividades de financiamiento: se refieren a las diversas adquisiciones de terceros o de socios que realiza la empresa, entre estas se encuentran los cobros de la emisión de acciones, pagos a los propietarios por adquirir acciones, cobros de obligaciones, préstamos, bonos, cédulas hipotecarias, reembolsos en efectivo por préstamo y pagos realizados por el arrendatario.

Para la elaboración del estado de flujo de efectivo se pueden utilizar los siguientes métodos:

a) Método directo: se prepara con los movimientos de cobros y pagos en términos brutos generados por la entidad.

b) Método indirecto: se elabora iniciando con la pérdida o ganancia del estado de resultado, posteriormente se procede a registrar las transacciones no monetarias, los cambios en los inventarios, los derechos por cobrar, obligaciones por pagar de las actividades de operación y efectos monetarios relacionados con inversión o financiamiento.

- **Notas a los estados financieros**

Se refiere a la información adicional de los estados financieros, con el fin de brindar a los usuarios una información financiera más clara, comprensible y útil.

Las notas presentan información acerca de las bases para la preparación de los estados financieros, políticas contables, información requerida por las NIIF que no haya sido incluida en los estados financieros e información relevante que no se presente en ninguno de los estados financieros.

2.3 Análisis financiero

Es el estudio que se realiza basándose en la información presentada en los estados financieros, el cual sirve para formular opiniones acerca de la situación financiera y económica de una entidad. Un análisis financiero interpreta la información contable para evaluar la posición actual y futura de la entidad, proyectando alternativas para enfrentar los problemas e idear estrategias operativas y de negocios.

Para que un análisis financiero cumpla con su objetivo debe desarrollarse a través de ciertas herramientas que en conjunto presentan la obtención de suficientes elementos de juicio para apoyar las opiniones que se hayan formado con respecto a los detalles de la situación financiera de la entidad.

Entre estas herramientas se encuentran el análisis horizontal, vertical y el obtenido de razones financieras.

2.3.1 Análisis horizontal

El análisis horizontal se basa en los datos que proporcionan los estados financieros comparativos, el cual determina las variaciones absolutas y porcentuales que hayan tenido las diferentes partidas de los estados financieros, con el fin de analizar los incrementos o decrementos que tuvo cada partida.

Los valores obtenidos en el análisis horizontal ayudan a evaluar la eficiencia y eficacia de las decisiones administrativas y realizar proyecciones que van encaminadas con las metas de crecimiento y desempeño fijadas por la entidad.

2.3.2 Análisis vertical

Este análisis se obtiene de la proporción de cada una de las cuentas dentro de un total que se pretende analizar, con el fin de establecer si una entidad tiene una distribución de acuerdo con las necesidades financieras.

Esta técnica de análisis vertical o porcentual consiste en determinar la participación de cada una de las cuentas del estado financiero con referencia sobre el total de activos, pasivos y patrimonio para el estado de situación financiera, o sobre el total de ventas del estado de resultados, su utilidad radica en que facilita la comparabilidad de cifras entre empresas porque pierde importancia la magnitud de los valores expresados en términos absolutos, los cuales, para efectos de evaluación, son reemplazados por magnitudes porcentuales.

2.3.3 Razones financieras

Las razones financieras son indicadores o señales del desempeño de una entidad, que se obtienen a través de una proporción, relación o cociente de valores de dos conceptos o rubros que se encuentran ya sea en el estado de resultados o el estado de situación financiera, con el fin de cuantificar la realidad económica y financiera de una entidad. Se clasifican en cuatro grandes grupos: razones de liquidez, razones de actividad, razones de rentabilidad y razones de cobertura.

- **Razones de liquidez**

Identifican el grado de disponibilidad de efectivo con que cuenta la entidad para cubrir sus obligaciones a corto plazo, algunas de estas razones son:

a) **Capital neto de trabajo:** sirve para medir el capital con el que se cuenta para afrontar las obligaciones a corto plazo. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

b) **Razón corriente o índice de solvencia:** mide la capacidad que tiene una empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus bienes disponibles, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

c) **Prueba ácida:** es un índice de solvencia más exigente, ya que mide la capacidad y pago inmediato que tiene la entidad para solventar sus obligaciones a corto plazo pues excluye los inventarios del activo corriente. Se determina de la siguiente manera:

$$(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo Corriente}$$

- **Razones de actividad**

Son las razones que miden el grado de eficiencia con que la entidad administra los activos para convertirlos en entradas de efectivo o ventas, entre estas se encuentran:

a) **Rotación de cuentas por cobrar:** mide el número de veces que las cuentas por cobrar se recuperan, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Ventas netas al crédito} / \text{Promedio de cuentas por cobrar}$$

b) **Período de cobro:** cuantifica la cantidad de días promedio que se utiliza para recuperar una cuenta por cobrar, la forma de determinarlo es la siguiente:

$$360 \text{ o } 365 / \text{Rotación de cuentas por cobrar}$$

c) **Rotación de inventarios:** mide el número de veces que se repone los inventarios por haberse vendido, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Costo de ventas} / \text{Inventario promedio}$$

d) **Rotación de activos fijos:** mide como los activos fijos son utilizados para generar las ventas, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Ventas netas} / \text{promedio de activos fijos}$$

e) **Rotación de cuentas por pagar:** mide el número de veces que se pagan las obligaciones de la entidad, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Compras al crédito} / \text{Promedio de cuentas por pagar}$$

f) **Plazo medio de pago:** indica el número de días que la entidad cancela sus obligaciones, se determina de la siguiente manera:

$$360 \text{ o } 365 / \text{Rotación de cuentas por pagar}$$

• **Razones de rentabilidad**

Son las razones que permiten medir las utilidades que obtiene la entidad respecto a las ventas, al monto de sus activos o al capital aportado por los socios, algunas de estas razones son:

a) **Margen de utilidad:** sirve para medir porcentualmente las utilidades de la entidad por cada venta que esta realice. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}$$

b) **Margen de utilidad bruta:** sirve para medir el porcentualmente las utilidades de la empresa deducidos sus costos. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Utilidad bruta} / \text{Ventas netas}$$

c) **Rendimiento de la inversión:** sirve para determinar la rentabilidad de los activos de la empresa. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Utilidad Neta después de Impuestos} / \text{Activos Totales}$$

d) **Rendimiento del capital:** sirve para medir el porcentaje de rendimientos que obtienen los propietarios de la empresa. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Utilidad Neta después de Impuestos} / \text{Capital}$$

f) **Utilidad por acción:** sirve para medir el nivel de utilidad de cada acción de la empresa. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Número de Acciones}$$

- **Razones de cobertura**

Permiten medir la capacidad que tiene la entidad para cubrir sus obligaciones, dentro de estas razones se encuentran las siguientes:

a) **Razón de estabilidad:** mide el grado en que los activos fijos cubren los pasivos a largo plazo, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Activo no corriente} / \text{Pasivos no corrientes}$$

b) **Razón de propiedad:** mide el grado de participación del patrimonio para financiar los activos totales. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Patrimonio} / \text{Activos totales}$$

c) **Razón de endeudamiento:** mide la proporción de los activos que están financiados por terceros. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Pasivo total} / \text{Activo total}$$

d) **Razón de solidez:** mide la capacidad que tiene la entidad para pagar todas sus obligaciones con los activos que dispone. Se determina de la siguiente manera:

$$\text{Activo total} / \text{Pasivo total}$$

2.4 El Contador Público y Auditor como consultor

El contador público y auditor es el profesional con conocimientos científicos e integrales, para aplicar, manejar e interpretar la información financiera de una organización, con la finalidad de diseñar mecanismos de apoyo a la gerencia para la toma de decisiones.

Se conoce también como aquel experto con formación universitaria en ciencias económicas, con especial énfasis en materias y prácticas contables financieras, tributarias, administrativas, auditoría externa e interna y servicios de asesoramiento empresarial.

2.4.1 El perfil del Contador Público y Auditor

Es un profesional de carácter multidisciplinario en su formación, lo que impulsa a proyectarse en una gama de roles dentro de la empresa, capacitándolo para poder diagnosticar, diseñar, construir, implementar y evaluar sistemas de información y control; es el responsable de emitir una opinión profesional sobre el análisis de los estados financieros elaborados según normativa vigentes, asesora en áreas administrativas, política financiera, así como los servicios relacionados con impuestos y consultoría financiera.

2.4.2 Normas de ética aplicables al Contador Público y Auditor

Son las normas que rigen en la profesión de los Contadores Públicos y Auditores que tiene el fin de ofrecer las mejores garantías de solvencia moral en cualquier encargo que realice. “En cumplimiento de dicha misión, el Consejo de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) ha establecido el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESBA) cuya finalidad es desarrollar y emitir, bajo su propia autoridad, normas de ética de alta calidad y otros pronunciamientos, para que sean utilizados por los profesionales de la contabilidad en todo el mundo.” (15:13)

El presente código contiene tres partes fundamentales las cuales se desarrollarán a continuación:

- **La parte A: aplicación general del código**

En esta parte se “establece los principios fundamentales de ética profesional para los profesionales de la contabilidad y proporciona un marco conceptual que éstos aplicarán con el fin de:

a) Identificar amenazas en relación con el cumplimiento de los principios fundamentales,

b) Evaluar la importancia de las amenazas que se han identificado, y

c) Cuando sea necesario, aplicar salvaguardas para eliminar las amenazas o reducirlas a un nivel aceptable. Las salvaguardas son necesarias cuando el profesional de la contabilidad determina que las amenazas superan un nivel del que un tercero, con juicio y bien informado, sopesando todos los hechos y circunstancias específicos conocidos por el profesional de la contabilidad en ese momento, probablemente concluiría que no compromete el cumplimiento de los principios fundamentales.” (15:15)

Los principios fundamentales que el contador público y auditor debe cumplir en el ejercicio profesional del cualquier encargo son:

a) Integridad: estipula que el profesional debe ser franco y honesto en todas las relaciones profesionales que realice en el ejercicio de su profesión.

b) Objetividad: se refiere que el profesional debe expresar juicios de manera objetiva e independiente, no permitiendo que prejuicios, conflicto de intereses o influencia indebida de terceros prevalezcan sobre los juicios profesionales.

c) Competencia y diligencia profesionales: el profesional en toda prestación de servicios debe mantener el conocimiento y la aptitud profesionales al nivel necesario para asegurar que el cliente reciba servicios profesionales

competentes basados en los últimos avances de la práctica, de acuerdo con la normativa aplicable al mismo, garantizando el resultado con una calidad determinada.

d) Confidencialidad: el profesional se reservará cualquier información que tenga o hubiese tenido conocimiento en la prestación de sus servicios, no revelando dicha información a terceros sin autorización adecuada y específica, salvo que exista un deber legal o profesional de revelarla.

e) Comportamiento profesional: cumplir las disposiciones legales y reglamentarias aplicables y evitar cualquier actuación que pueda desacreditar a la profesión, con el fin que la profesión sea exaltada y no se perjudique la honorabilidad de la misma.

- **La parte B: profesionales de la contabilidad en ejercicio**

En este apartado se describen las salvaguardas que pueden resultar adecuadas para hacer frente a las amenazas en relación con el cumplimiento de los principios fundamentales en su ejercicio como profesional ante su nombramiento, su remuneración, el marketing de sus servicios e independencia de encargos de auditoría y revisión, en este último se refiere a los son encargos que proporcionan un grado de seguridad en los que el profesional de la contabilidad en ejercicio expresa una conclusión sobre unos estados financieros.

- **La parte C: profesionales de la contabilidad en la empresa**

Esta parte del código describe el modo en que el marco conceptual se aplica en determinadas situaciones a los profesionales de la contabilidad en la empresa, así mismo se describen las circunstancias y relaciones que puede

encontrar un profesional y que le puedan originar amenazas en relación con el cumplimiento de los principios fundamentales, como entrar en conflicto con sus responsabilidades, encontrar amenazas en la preparación y presentación de información, así como la actuación con la especialización suficiente y en los incentivos que apelen de manera inadecuada a la lealtad de la empresa.

2.4.3 Consultoría

Es un servicio externo de asesoramiento y servicios relacionados que presta un experto, basándose en su experiencia y oficio, el cual es proporcionado a diversos clientes, cuya naturaleza y alcance estén acordados con los mismos, estos servicios están dirigidos a añadir valor y resolver problemas complejos de negocio. Brinda consejo oportuno; y la vez ejecuta y logra soluciones que ofrecen resultados visibles con gran habilidad y profesionalismo.

“La consultoría es un tipo de relación de ayuda establecida entre diferentes actores -el consultor y la organización- basada por un lado sobre los conocimientos, las habilidades y las acciones del consultor, y por otro sobre el conocimiento, la colaboración y la necesidad de la empresa-cliente.” (20:49)

Por consultoría se debe conocer un servicio independiente, de consulta, que proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos, así mismo mejora el desempeño, transparencia y rentabilidad de las empresas.

Los servicios de consultoría estudian, analizan y adaptan soluciones al caso particular, en apoyo de la experiencia y buen criterio del consultor en los sectores de dirección, comercialización, organización, gestión administrativa y gestión financiera.

2.4.4 Alcance del servicio de consultoría

El servicio de consultoría es amplio por lo que el Contador Público y Auditor debe definir adecuada y claramente el alcance del trabajo a realizar, basándose en sus conocimientos especializados, la responsabilidad de su actuación inicia desde el momento que acepta prestar un servicio de consultoría.

La realización de un servicio de consultoría por parte del Contador Público y Auditor, ayudar a mejorar los resultados obtenidos por la entidad solicitante, evalúa nuevas oportunidades de negocio y apoya a alcanzar las metas a corto plazo de la entidad.

2.4.5 Características de la consultoría

La consultoría se distingue por cumplir con ciertos lineamientos generales que son los siguientes:

- **Es un servicio independiente**

Se caracteriza por que el consultor tiene imparcialidad al momento de realizar su trabajo, permitiéndole tener una relación compleja con los clientes ya este no tiene autoridad directa para tomar decisiones, pero debe actuar como promotor de cambio, asegurando la máxima participación del cliente en todo lo que hace de modo que el éxito final se logre en virtud del esfuerzo de ambos.

- **Es un servicio consultivo**

Se caracteriza porque brinda consejo adecuado y en el momento apropiado en base a la responsabilidad por la calidad e integridad.

- **Proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos.**

Los consultores profesionales se mantienen al tanto de los progresos en los métodos y técnicas, señalan estos progresos a sus clientes y contribuyen a su aplicación, debido a la acumulación de conocimientos sobre diversos problemas y situaciones que afectan a las empresas y que han adquirido para identificarlos, hallar la información pertinente, analizar y elegir entre posibles soluciones.

2.4.6 Proceso de consultoría

El proceso de consultoría es diferente debido a que cada cliente tendrá sus propios requerimientos, no obstante, se señalan las siguientes fases a realizar en un trabajo de consultoría.

- **Iniciación**

En esta fase incluye los primeros encuentros entre el consultor y el cliente, donde se realiza un diagnóstico preliminar de la situación que amerita el consejo adecuado y oportuno del consultor, se inicia la exploración de la organización cliente y se formulará el plan a seguir en la intervención, así como la presentación y aceptación de la propuesta de servicios profesionales y la concertación de un contrato de consultoría.

- **Diagnóstico**

En esta fase se examina de forma detallada el trabajo a realizar a través de una investigación de los hechos y análisis de los datos de la consultoría, donde el cliente coopera para determinar el tipo de cambio que se necesita, el objetivo de esta fase es examinar y analizar la información necesaria para orientar las decisiones que han de ser tomadas para la solución.

- **Planificación de medidas**

Es la etapa donde se encuentra la solución del enfoque de consultoría, donde se abarca el estudio de las diferentes soluciones, la evaluación de las opciones, la elaboración de un plan para introducir los cambios y la presentación de propuesta al cliente para que éste adopte una decisión.

- **Terminación**

Es la última fase donde se evalúa el proceso realizado en el trabajo de consultoría y se presenta el informe de los hallazgos encontrados y las soluciones necesarias sobre el análisis efectuado, así como el establecer los compromisos mutuos de la organización y cliente. Una vez completadas estas actividades, el consultor se retira de la organización del cliente y el trabajo de consultoría queda terminado de común acuerdo.

2.4.7 Informe al cliente

El objetivo del informe es pretender convencer al destinatario para que tome una decisión en la línea de lo que se expone en él, aportando un valor agregado acerca de la empresa, con el fin de que el cliente pueda justificar sus decisiones a cerca de los hallazgos encontrados y refiriéndose a las recomendaciones de los consultores.

Además del análisis global del trabajo realizado, el informe debe señalar los beneficios reales obtenidos con la aplicación y hacer sugerencias al cliente sobre lo que debe hacer, o evitar en el futuro, así como describir las nuevas capacidades y las nuevas oportunidades y comportamientos creados por la misión de consultoría y destacar su repercusión en el rendimiento superior; ya que el informe estimula la disciplina y el rigor, así como la reflexión sobre lo que se ha logrado.

En cualquier caso, el consultor ha de formular sugerencias sobre cómo se debe mantener, controlar y desarrollar las nuevas decisiones introducido con su ayuda, por lo tanto, un buen informe de consultoría debe poder ganarse el respeto del cliente, el cual lo considerará como una fuente de aprendizaje y nuevas pautas.

Para preparar un informe claro se debe organizar la información detallando los hallazgos relevantes por nivel de importancia, redactando una introducción donde se realiza un resumen sobre el trabajo realizado, posteriormente se desarrolla el cuerpo del informe que contendrá los resultados del trabajo y así como las recomendaciones que son las posibles soluciones del de los hallazgos encontrados.

CAPÍTULO III

INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS

3.1 Análisis de la información financiera por segmentos

Toda empresa desea obtener un crecimiento económico en sus actividades propias, por tal razón han lanzado una mayor variedad de productos, expandiéndose constantemente hacia nuevos mercados y territorios, evitando así estancarse en sus productos o servicios, por lo cual se da la necesidad de segmentar la información financiera generada por las mismas.

La información segmentada presenta la información de forma separada o agrupada bajo ciertas características sobre áreas geográficas, mercados públicos, líneas de productos que la componen o actividad, divisiones organizativas de la entidad que forman la unidad económica, con el propósito de tomar decisiones financieras y operativas de los rendimientos individuales de los mismos, con bases más objetivas e información confiable y oportuna.

El análisis de la información financiera por segmentos es necesario porque hace frente a los cambios en la naturaleza de los negocios en la diversificación de sus actividades, ya que provee información acerca de las diferentes actividades operativas de negocios en las cuales participa una entidad, ayuda a los usuarios de la información financiera entender mejor el desempeño a través de la estimación de riesgos y beneficios, así mismo crea opiniones de la entidad como un todo al conocer sus partes integrantes.

Esta información financiera se encuentra basada en la Norma Internacional de Información Financiera No. 8 Segmentos de Operación que tiene como principio básico suministrar información financiera desagregada, para satisfacer necesidades de los usuarios de la información financiera,

permitiéndoles conocer la actividad de cada segmento e identificar aquellos que presenten un mayor riesgo o un mayor crecimiento, facilitando la toma de decisiones para evaluar la naturaleza y repercusiones financieras de las actividades que desarrolla y los entornos económicos en los que opera.

La finalidad de la Norma Internacional de Información Financiera No. 8 es establecer los criterios de los segmentos sujetos a informar de una entidad, así como los principios de revelación de la información financiera de esos segmentos.

3.2 Alcance

La Norma Internacional de Información Financiera No. 8 se aplicará a:

1. “Los estados financieros separados o individuales de una entidad:
 - cuyos instrumentos de deuda o de patrimonio se negocien en un mercado público (bolsa de valores nacional o extranjera o mercado no organizado, incluidos los mercados locales y regionales), o
 - que registre, o esté en proceso de registrar, sus estados financieros en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir instrumentos de cualquier clase en un mercado público; y

2. Los estados financieros consolidados de un grupo con una dominante:
 - cuyos instrumentos de deuda o de patrimonio se negocien en un mercado público (bolsa de valores nacional o extranjera o mercado no organizado, incluidos los mercados locales y regionales), o
 - que registre, o esté en proceso de registrar, sus estados financieros en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir instrumentos de cualquier clase en un mercado público”. (14:1)

3.3 Segmentos de operación

“Un segmento de operación es un componente de una entidad:

- a) que desarrolla actividades de negocio de las que puede obtener ingresos de las actividades ordinarias e incurrir en gastos (incluidos los ingresos de las actividades ordinarias y los gastos por transacciones con otros componentes de la misma entidad)

- b) cuyos resultados de operación son revisados de forma regular por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, para decidir sobre los recursos que deben asignarse al segmento y evaluar su rendimiento, y

- c) sobre el cual se dispone de información financiera diferenciada”. (14:1)

Cabe mencionar que no todos los componentes de la entidad son segmentos de operación y muchos de ellos comprenden actividades de las que aún no se ha obtenido ingresos.

La determinación de los segmentos de operación dependerá de la forma de elaborar los informes sobre las actividades de negocio que sea utilizada por la máxima autoridad para la toma de decisiones, esta autoridad podría utilizar más de un tipo de información segmentada, en cuyo caso, factores tales como la naturaleza de las actividades de negocio de cada componente, la existencia de gestores responsables de los mismos o la información presentada al Consejo de Administración, podrían servir para la identificación de los segmentos de operación.

Un segmento de operación cuenta con un responsable que rinde cuentas directamente a la máxima autoridad y se mantiene en contacto con ella en relación con las actividades operacionales, análisis de resultados o planificación, así también un mismo directivo puede ser responsable de uno o varios segmentos de operación.

Los segmentos de operación funcionan de manera armónica e independiente al conjunto de la empresa e influyen en la toma de decisiones de los usuarios. Estos segmentos podrían ser las distintas líneas de productos que se comercializan y las áreas geográficas donde se distribuyen y que constituyen partes importantes porque generan ingresos ordinarios para la entidad, los cuales se definirán a continuación.

- **Segmentos de negocio:** son los componentes de la entidad que proveen productos y servicios que se exponen a sus propios riesgos y rendimientos de acuerdo con su naturaleza.
- **Segmentos geográficos:** son los elementos de la entidad que provee productos o servicios dentro de un entorno económico específico que se exponen a sus propios riesgos y rendimientos de acuerdo con su naturaleza.

3.4 Segmentos sobre los que debe informarse

Son los segmentos para los cuales es obligatorio revelar información, una entidad revelará información sobre estos segmentos siempre y cuando cumpla con la definición de segmento operativo o resulte de la agregación de dos o más segmentos, a través del reconocimiento de los criterios de agregación y exceda los parámetros fijados.

3.4.1 Criterios de agregación

La agregación de segmentos consiste en incorporar dos o más segmentos operativos para que formen un solo segmento, la realización de agregación en los segmentos operativos se debe realizar si se demuestran que los segmentos tienen características económicas similares, la agregación se ajusta al principio fundamental de la presente NIIF y los segmentos son similares en cada uno de los siguientes aspectos:

- a) naturaleza de los productos y servicios
- b) naturaleza de los procesos de producción
- c) tipo o categoría de clientes a los que se destinan sus productos y servicios
- d) métodos usados para distribuir sus productos o prestar sus servicios
- e) si procede, naturaleza del entorno reglamentario, por ejemplo, banca, seguros o servicios públicos.

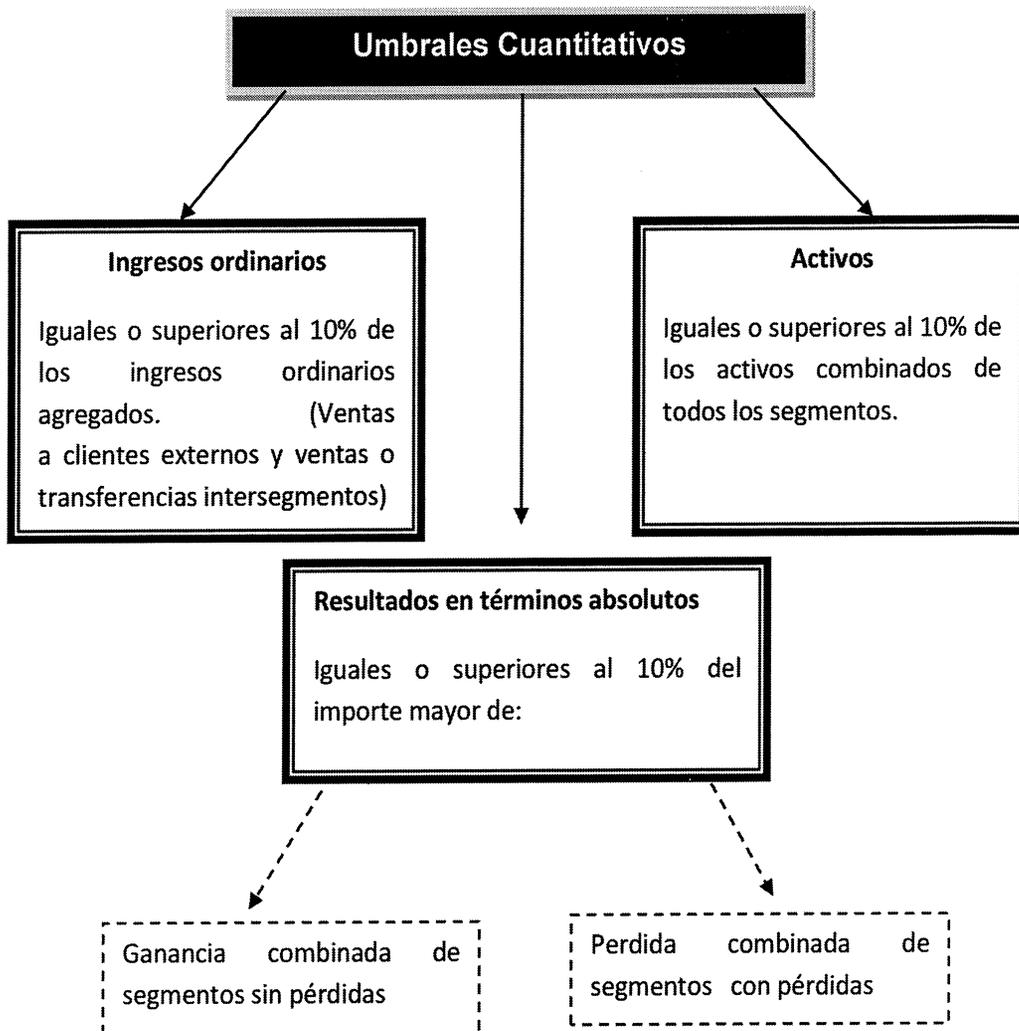
Para la utilización de los criterios de agregación se debe identificar los segmentos y posteriormente agruparlos en categorías, estas clases pueden ser por negocio y por geografía. Ejemplo del segmento de negocio, es la familia de productos de los distintos sabores de bebidas gaseosas y ejemplo del segmento geográfico son las distintas áreas donde se encuentran, norte, sur, este u oeste.

3.4.2 Umbrales cuantitativos

Los umbrales cuantitativos son valores mínimos de proporción que a partir del cual se produce un efecto determinado, estos requisitos cuantitativos son los que deben reunir los segmentos de operación para que su revelación sea

obligatoria. Los umbrales cuantitativos que deben cumplir los segmentos se describirán en la siguiente figura.

Figura No. 2
Umbrales Cuantitativos



Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

La entidad podrá informar sobre segmentos de operación que no alcancen los anteriores umbrales cuantitativos cuando la dirección estime que dicha información podría ser útil a los usuarios.

De igual modo, es posible combinar la información sobre dos o más segmentos que no alcancen los anteriores umbrales para formar un segmento sobre el que sí deba informarse, cuando todos ellos tengan propiedades económicas similares y compartan la mayoría de los criterios de agregación.

Se identificarán segmentos de operación adicional sobre los que debe informarse, si los ingresos externos de estos segmentos cubran como mínimo el 75% de los ingresos ordinarios de la entidad.

La información relativa a otras actividades de negocio y segmentos de operación sobre los que no deba informarse se revelará de forma conjunta dentro de la categoría “resto de segmentos”, describiendo las fuentes de ingresos de donde proceden.

El principio de continuidad de la información sobre los segmentos está presente en la norma, al señalar la misma que si la dirección considera que un segmento de operación ha sido significativo en el ejercicio anterior, deberá seguir informándose del mismo en el actual, aun cuando haya dejado de cumplir los criterios de información obligada ya señalados. Incluso en el caso en que se deba informar durante el presente ejercicio acerca de un segmento de operación sobre el cual no fue obligatorio hacerlo en el anterior, la información segmentada del período anterior deberá reexpresarse para contemplar el nuevo segmento sobre el que debe informarse como un segmento.

La norma propone una limitación del número de segmentos sobre los que debe informarse al considerar que la información segmentada puede resultar excesivamente detallada cuando el número de segmentos exceda de diez.

De acuerdo con lo indicado en la norma, a continuación, se realizarán las pruebas de ventas, activos y resultados, en los segmentos de operación con el objetivo de identificar que segmentos se deben informar.

Tabla No. 1
Aplicación de umbrales cuantitativos de ingresos

Segmento	Ventas		
	Cantidad	Porcentaje	Agregación
1	Q25,890.00	21	Si
2	Q9,750.00	8	No
3	Q32,650.00	26	Si
4	Q45,880.00	37	Si
Resto de segmentos	Q10,830.00	9	
Total	Q125,000.00	100	

Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

Cumple con la prueba de ventas, los segmentos "1" con 21%, "3" con 26% y "4" con 37%; el segmento "2" no cumple la condición, porque sus ingresos no son, por lo menos, del 10%. La suma de los segmentos que deben informarse es de 84%, por lo cual si cubren más del 75% de los ingresos totales de la entidad.

Tabla No. 2
Aplicación de umbrales cuantitativos de activos

Segmento	Activos		
	Cantidad	Porcentaje	Agregación
1	Q 120,000.00	24	SI
2	Q 80,000.00	16	SI
3	Q 85,000.00	17	SI
4	Q 175,000.00	35	SI
Resto de segmentos	Q 40,000.00	8	
Total	Q 500,000.00	100	

Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

Es superada la prueba de activos ya que los cuatro segmentos (“1”, “2”, “3” y “4”) superan el 10% del total de activos.

Tabla No. 3
Aplicación de umbrales cuantitativos de resultados

Segmento	Resultados		
	Cantidad	Porcentaje	Agregación
1	Q 2,880.00	9	No
2	Q 5,070.00	17	Si
3	Q 9,875.00	32	Si
4	Q 10,390.00	34	Si
Resto de segmentos	Q 2,485.00	8	
Total	Q 30,700.00	100	

Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

En la prueba de resultado antes del impuesto es superada por los segmentos “2”, “3” y “4”, ya que individualmente tienen el 10% del total con respecto a la utilidad obtenida durante el período, no así el segmento “1” razón por la cual se excluye.

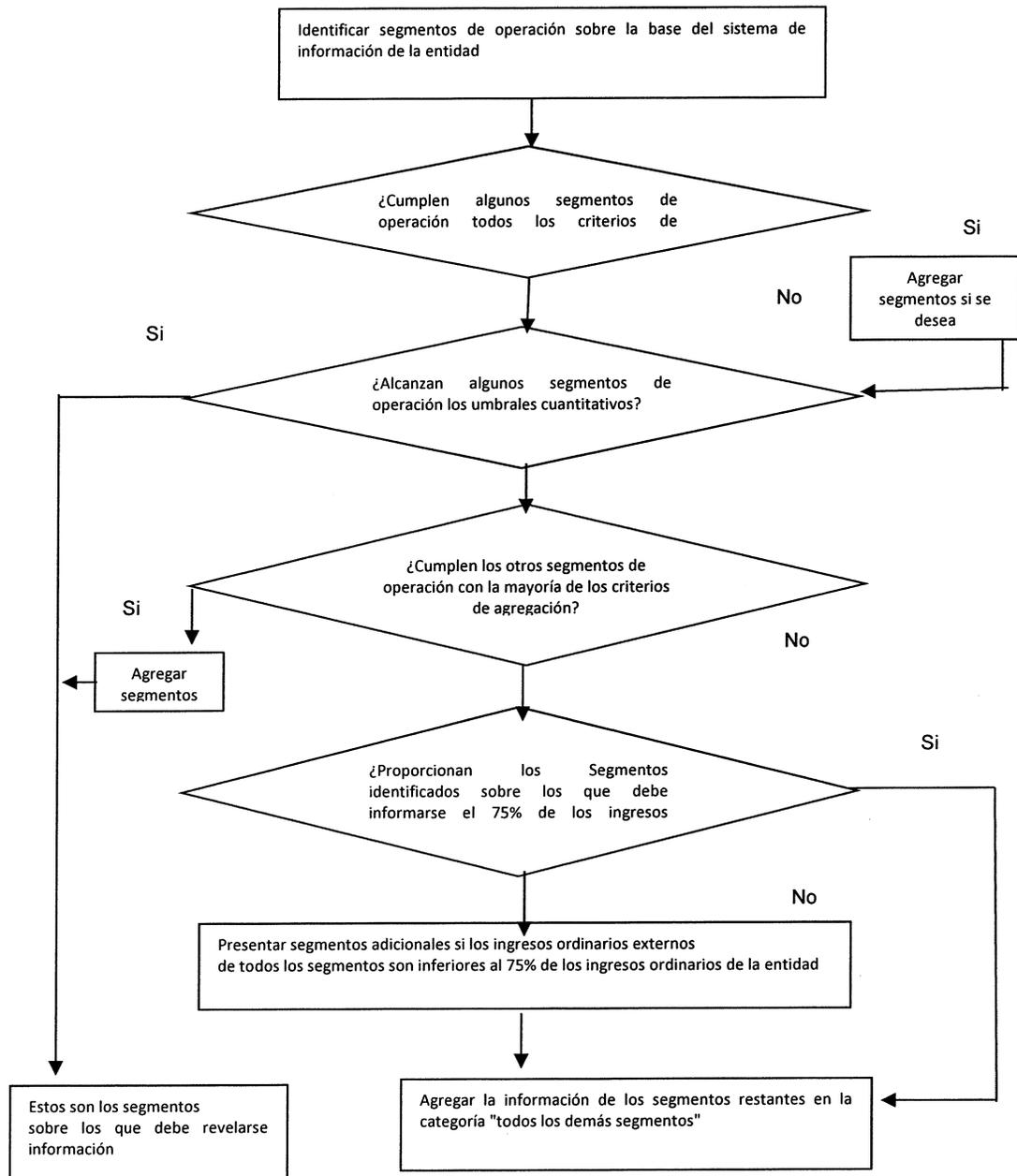
Según los datos obtenidos de la aplicación de los umbrales cuantitativos en las tablas anteriores, se puede concluir que la NIIF 8 fija los parámetros para que los productos sean considerados como segmento, no obstante dicha norma debería establecer parámetros menos rígidos ya que se pueden dar situaciones donde ninguno de los productos alcance dichos umbrales y estén cerca de alcanzar el 10% que indica la norma, por lo cual deben existir medidas aleatorias para que los productos sean considerados como segmentos.

3.4.3 Identificación de segmentos

La identificación de segmentos es la etapa que nos indica los segmentos que serán objeto de estudio y la información a revelar para los mismos, por tal razón a continuación se presenta un diagrama que ilustra los pasos necesarios para la identificación de los segmentos de operación de una entidad determinada.

Figura No. 3

Diagrama para la identificación de segmentos de operación

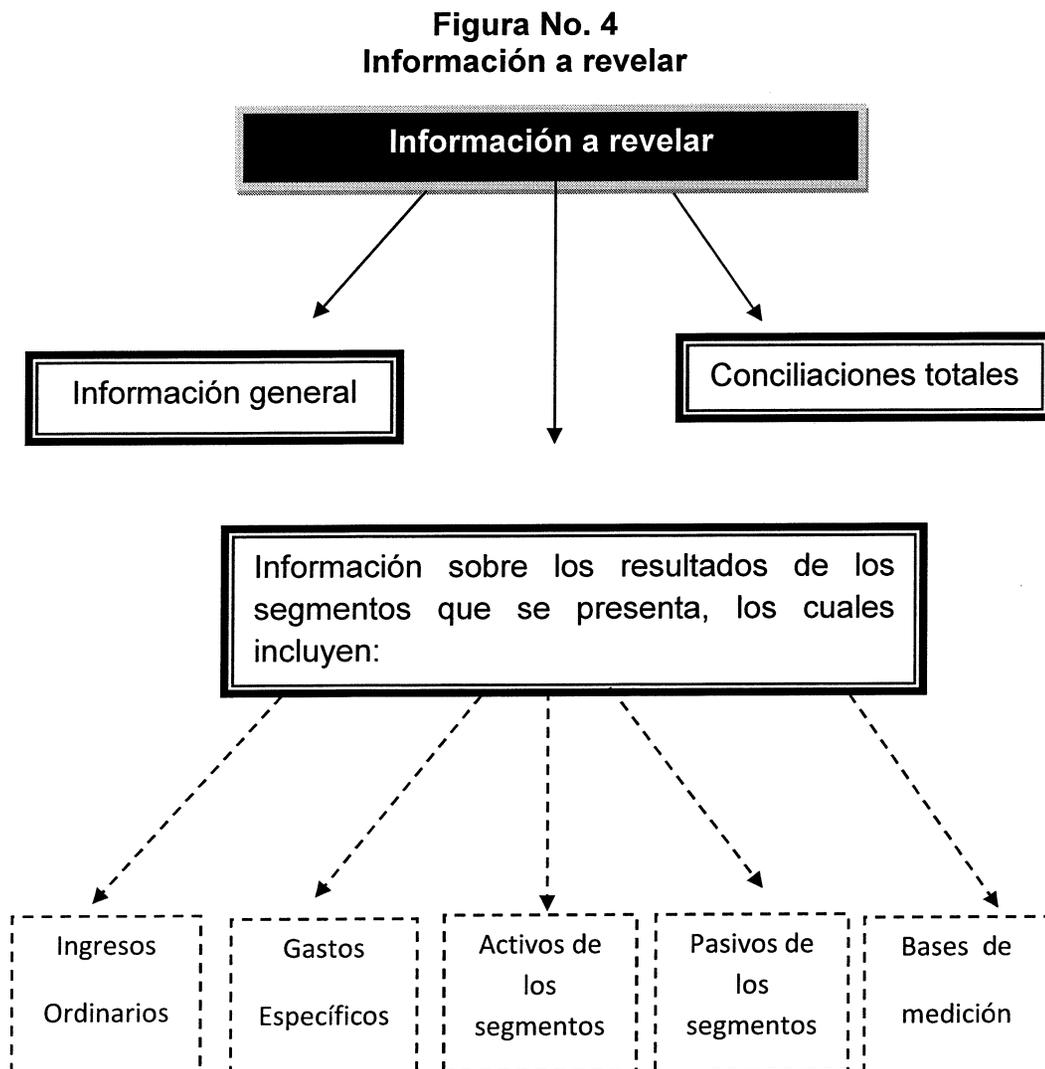


Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

3.5 Información a revelar

“Una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus estados financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades de negocio que desarrolla y los entornos económicos en los que opera.” (14:3)

La información que una entidad revelará se describirá en la siguiente figura.



Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

3.5.1 Información general

Se han de revelar los factores de identificación de los segmentos incluyendo los criterios de organización que pueden ser las diferencias por productos y servicios, por zonas geográficas, por marcos normativos o por combinación de los anteriores factores, indicando si existen segmentos de operación agregados. Con referencia a los factores de identificación se debe revelar los criterios de agregación provenientes de los juicios realizados por la entidad, a través de descripciones de los segmentos que se han agregado de esta forma y los indicadores económicos que se han evaluado para determinar que los segmentos comparten características económicas similares.

Así mismo, se han de revelar los tipos de productos y servicios que proporcionan los ingresos de las actividades ordinarias de cada segmento.

3.5.2 Información sobre resultados, activos y pasivos

Se ha de informar sobre importes de la medida del resultado, total de los activos y total de los pasivos, que se facilitan con regularidad a la máxima autoridad en la toma de decisiones operativas.

Se revelará la siguiente información adicional, si la misma se facilita con regularidad a la máxima autoridad de la entidad:

- a) los ingresos de actividades ordinarias procedentes de clientes externos
- b) los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de transacciones con otros segmentos de operación de la misma entidad
- c) los ingresos por intereses
- d) los gastos por intereses
- e) la depreciación y amortización

- f) las partidas significativas de ingresos y gastos reveladas en la cuenta de pérdidas y ganancias.
- g) la participación de la entidad en el resultado de asociadas y de negocios conjuntos contabilizados según el método de la participación
- h) el gasto o el ingreso por el impuesto sobre las ganancias
- i) las partidas significativas no monetarias distintas de las de depreciación y amortización.

De igual modo, la entidad ha de revelar la siguiente información respecto de cada segmento, siempre que la misma se incluya en la medida de los activos y sea analizada por la máxima autoridad:

- a) El importe de las inversiones en entidades asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen según el método de la participación
- b) El importe de las adiciones de activos no corrientes o sea cuyos importes se espera recuperar en más de doce meses desde la fecha del balance, que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos correspondientes a beneficios definidos y derechos derivados de contratos de seguros.

- **Medición**

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

- a) Los criterios de contabilización de cualesquiera transacciones entre los segmentos sobre los que deba informar.

b) La naturaleza de las diferencias entre las mediciones de los resultados de los segmentos sobre los que deba informar y los resultados de la entidad.

c) La naturaleza de las diferencias entre las mediciones de los activos de los segmentos sobre los que deba informar y los activos de la entidad.

d) La naturaleza de las diferencias entre las mediciones de los pasivos de los segmentos sobre los que deba informar y los pasivos de la entidad.

Para los tres últimos apartados, las diferencias pueden incluir las políticas contables y los métodos de asignación de los mismos para comprender la información segmentada revelada.

e) La naturaleza de cualquier cambio con respecto a períodos anteriores en los métodos de medición empleados para determinar los resultados presentados por los segmentos y, en su caso, el efecto de tales cambios en la medida de los resultados de los segmentos.

f) La naturaleza y el efecto de cualquier asignación asimétrica a los segmentos sobre los que deba informar.

3.5.3 Conciliaciones

El objeto de las conciliaciones es la fiabilidad y verificabilidad de la información a revelar dado que esta es utilizada por la entidad para la toma de decisiones, por tal razón la norma indica que es preciso conciliar la información segmentada con la presentada en los estados financieros, permitiendo que los usuarios entiendan y juzguen los criterios sobre los que se determinan los importes de los segmentos.

Todas las partidas significativas a conciliar se identificarán y describirán por separado, señalando los ajustes significativos que tengan su origen en la aplicación de diferentes políticas contables.

Se presentará la conciliación de los importes de los segmentos sobre los que deba informarse con los de la entidad en relación con las siguientes partidas:

- a) el total de los ingresos ordinarios.
- b) el total del valor de las pérdidas o ganancias antes de tener en cuenta el gasto o ingreso por impuesto y las actividades interrumpidas.
- c) el total de los activos.
- d) el total de los pasivos.
- e) el total de los importes de cualquier otra partida significativa presentada.

3.6 Información a revelar sobre la entidad en su conjunto

La entidad revelará información de productos y servicios, de áreas geográficas y sobre los principales clientes, si no está ya contenida en la información exigida por esta norma en relación con los segmentos sobre los que deba informar, ya que las actividades de negocio de algunas entidades no están organizadas en función de sus diferentes productos o servicios, ni de las áreas geográficas en que operan. Por ello, es posible que los segmentos presenten ingresos ordinarios procedentes de una gama de productos y servicios muy distintos o que varios de tales segmentos ofrezcan esencialmente los mismos productos y servicios, tengan activos e ingresos en distintas áreas geográficas o realicen operaciones en la misma área geográfica.

3.6.1 Información sobre productos y servicios

La información revelada de productos y servicios debe estar basada en la información financiera utilizada en la elaboración de los estados financieros de la entidad, esta información es referente a los ingresos de las actividades

ordinarias procedentes de clientes externos por cada producto y servicio, o por cada grupo de productos y servicios similares.

3.6.2 Información sobre áreas geográficas

La información sobre áreas geográficas se da conocer por el grado de concentración de rentabilidad y riesgos de los segmentos, las entidades revelarán la siguiente información geográfica:

a) Los ingresos ordinarios procedentes de clientes externos con desglose de los atribuidos al país de domicilio de la entidad y los atribuidos en total a todos los países extranjeros en que la entidad obtenga ingresos ordinarios, poniéndose de manifiesto los criterios de asignación a los distintos países.

b) Los activos no corrientes localizados en el país de domicilio de la entidad con separación de los localizados en total en todos los países extranjeros donde la entidad tenga activos.

Los importes informados se determinarán en base a la información presentada en los estados financieros de la entidad. Además, los subtotales correspondientes a la información geográfica por grupos de países.

3.6.3 Información sobre los principales clientes

Se requiere que las entidades faciliten información sobre el grado en que dependen de sus principales clientes, Para ello han de informar acerca de los ingresos ordinarios procedentes de un solo cliente cuando representen el 10% o más de los ingresos totales, así como el total de los ingresos ordinarios procedentes de tales clientes y la identidad del o de los segmentos que revelan estos ingresos.

CAPÍTULO IV
EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS DE
UNA EMPRESA DE BEBIDAS GASEOSAS
(CASO PRÁCTICO)

4.1 Antecedentes de la empresa

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., se dedica a la elaboración, embotellamiento, distribución y expendio de toda clase de bebidas simples o endulzadas, gaseosas o carbonatadas de carácter similar, así como agua purificada, destilada y desmineralizada.

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., se constituyó por escritura pública número ochenta y cinco, autorizada en la ciudad de Guatemala el cinco de junio de mil novecientos noventa y uno por notario.

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., es una organización de alto desempeño, que ofrece productos y servicios de calidad, orientada a la plena satisfacción de nuestros clientes, consumidores y colaboradores; a través del equipo humano, innovación y alta tecnología; contribuyendo con la sociedad y generando utilidades que permiten nuestro desarrollo y permanencia.

• **Líneas de productos**

Las principales familias de productos producidos y vendidos que constituyen la principal fuente de ingresos que obtiene la empresa con respecto a las bebidas carbonatadas son:

- a) Cola
- b) Uva

- c) Roja
- d) Limón
- e) Naranja
- f) Manzana
- g) Agua purificada, destilada y desmineralizada.

• **Líneas de distribución**

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., distribuye sus productos en las siguientes regiones geográficas:

- a) Región Metropolitana: Guatemala
- b) Región Central: Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla
- c) Región Norte: Alta Verapaz y Baja Verapaz
- d) Región Nororiental: Chiquimula, El Progreso, Izabal y Zacapa
- e) Región Suroriental: Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa
- f) Región Suroccidental: Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos Suchitepéquez, Sololá y Totonicapán
- g) Región Noroccidental: Huehuetenango y Quiché
- h) Región Petén: Petén

Maranatha, S.A., cotiza en la bolsa de valores nacionalmente para realizar negociaciones de compra venta de instrumentos financieros que corresponden al efectivo, cuentas por cobrar y cuentas por pagar.

La entidad cuenta con inventario de productos términos, productos en proceso, materias primas, materiales para envases y envase. La valuación del inventario de productos terminados se registra al costo real, las existencias de materia prima, suministros y envases se valúan al costo real promedio.

- **Factores de riesgo de la entidad**

Reducción del nivel de producción

Si la Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha, S.A., no contara en determinado momento con el equipo y maquinaria adecuados para el nivel de producción planificado, la entidad enfrentaría problemas de retrasos en su producción y, por ende, incumpliría ante sus distribuidores, lo cual implicaría una reducción de la disponibilidad de productos a ser vendidos y distribuidos, tanto en el interior del país como en la capital.

Dada tal circunstancia, el retraso en la producción provocaría, por ende, una disminución en la cartera de clientes de la entidad, al no responder oportunamente a sus demandas de producto.

Acceso a fuentes de financiamiento

Para Maranatha S.A., es necesario contar con fuentes externas de financiamiento para poder llevar a cabo sus proyectos de desarrollo, ya que, de contar únicamente con fondos propios, su capacidad de expansión se vería limitada. Es por ello que la entidad recurre a fuentes externas de financiamiento, como préstamos bancarios o la emisión de títulos de deuda en el mercado bursátil.

Dada tal circunstancia, el retraso en la producción provocaría, por ende, una disminución en la cartera de clientes de la entidad, al no responder oportunamente a sus demandas de productos y lógicamente, ello resultaría en una disminución en las utilidades.

Tecnología

Para Maranatha S.A depende en gran medida de maquinaria y equipo para llevar a cabo la mayor parte de la producción, ya que básicamente el personal se encarga únicamente de supervisar su funcionamiento. Si la maquinaria y equipos sufren desperfectos o se tornan obsoletos en comparación con los utilizados por la competencia, y por ende el nivel de producción es retrasado o interrumpido, la competencia podría lograr desplazar del mercado, lo cual, afectaría negativamente la situación financiera.

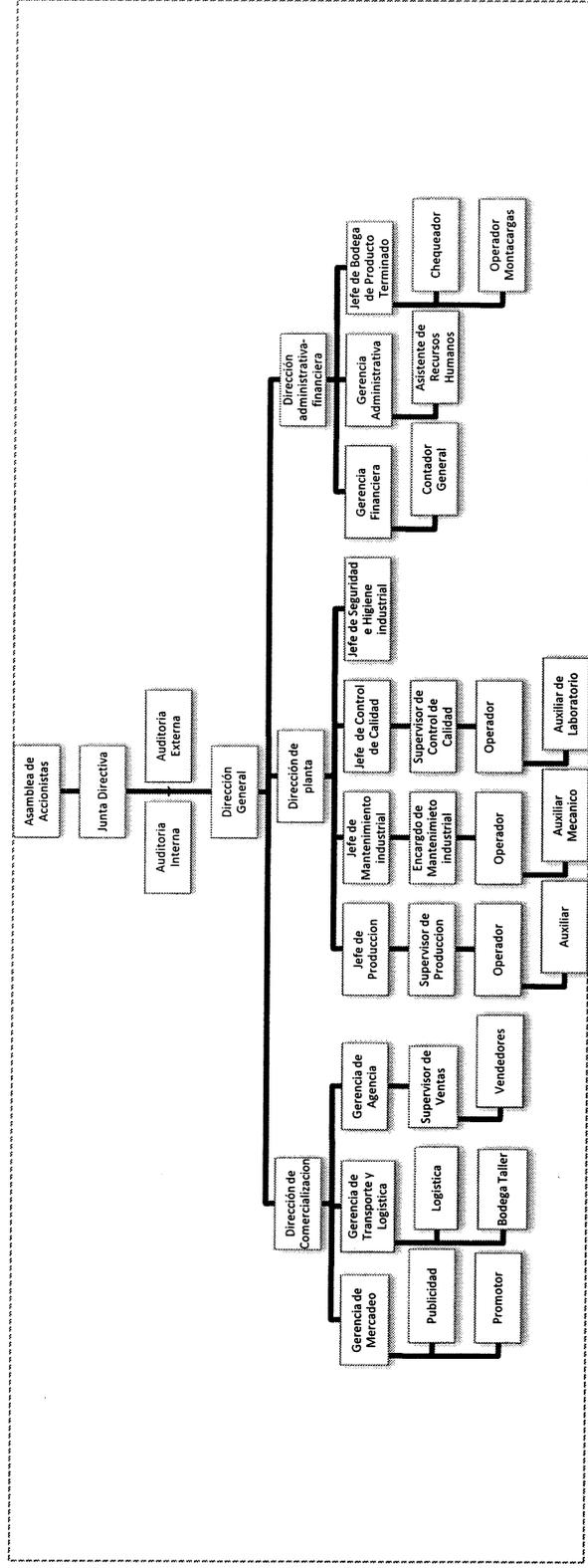
Riesgo de productos perecederos

La entidad toma en consideración el período de vencimiento de cada una de sus líneas de productos, que va desde 12 semanas hasta 2 años en las bebidas gaseosas y agua pura para efectos del almacenamiento de los mismos. No obstante, lo anterior, el nivel de producción se planifica de acuerdo a la demanda existente en el mercado, manteniendo la política de no almacenar productos por períodos de tiempo demasiado prolongados. Si los productos almacenados no fueran distribuidos por falta de demanda y estos se echarán a perder, la situación financiera de la entidad se vería afectada, tanto por la baja de ingresos por ventas, como por la pérdida en sí.

De acuerdo a las operaciones de la empresa objeto de estudio y su necesidad de presentar información financiera de acuerdo a los lineamientos que dictan las Normas Internacionales de Información Financiera y especialmente en los estándares descritos la Norma Internacional de Información Financiera 8 "Segmentos de Operación"; la Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., acordó requerir los servicios profesionales de un Contador Público y Auditor como consultor para que emita opinión en cuanto a la rentabilidad de los principales productos que la misma elabora.

4.2 Organigrama de la entidad

La estructura jerárquica de la Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., es de tipo funcional por departamentos, donde las funciones y atribuciones correspondientes a los puestos de trabajo se difunden. La máxima responsabilidad en la estructura organizacional de la empresa es la gerencia general, misma que difunde sus responsabilidades a la gerencia de comercialización, gerencia de planta y gerencia de administrativa-financiera y éstas a su vez a sus distintos subordinados. Para cada una de las gerencias mencionadas, su estructura está formada por el siguiente personal:



Fuente: elaboración propia, con base a información recabada

4.3 Solicitud de servicios profesionales

Guatemala, 05 de febrero de 2017

Señores

Velásquez & Asociados, CPA

8ª. calle 7-30 zona 10

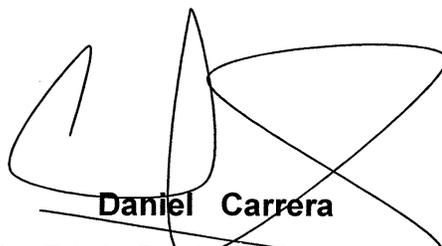
Guatemala

Estimados señores:

Hemos obtenido información sobre la reputación profesional de su firma, por lo que nos dirigimos a ustedes con la finalidad de que nos presenten la propuesta servicios profesionales para el trabajo del análisis de la información financiera por segmentos de operación y geográficos del periodo del 01 de enero al 31 de diciembre 2016, con el fin de evaluar la rentabilidad de los mismos.

Sin otro particular.

Atentamente,



Daniel Carrera

Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida

Gerente General

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A.

4.4 Propuesta de servicios profesionales

Guatemala, 10 de febrero de 2017

Licenciado

Edwin Daniel Carrera Mérida

Gerente General

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A.

Guatemala

Respetable Lic. Carrera

Agradezco la oportunidad que me brinda de someter a su consideración la propuesta de servicios profesionales para evaluar la rentabilidad de los segmentos de operación y geográficos, por medio de análisis del estado de situación financiera y el estado de resultados por segmentos de operación y geográficos.

De conformidad con su requerimiento específico, la propuesta de trabajo está elaborada bajo el enfoque de análisis de estados financieros por segmentos preparados de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera para el periodo del 01 de enero al 31 de diciembre 2016.

I. Enfoque y metodología del trabajo

Para poder efectuar un análisis de Estados Financieros por Segmentos, preparados de acuerdo a Normas Internacionales de Información Financiera, se aplicarán una serie de procedimientos los cuales son los siguientes:

- a) Elaboración del estado de situación financiera por segmentos de operación y geográficos al 31 de diciembre 2016.
- b) Elaboración del estado de resultados por segmentos de operación y geográficos del 01 de enero al 31 de diciembre 2016.
- c) Análisis e interpretación de la situación y desempeño financiero de la empresa, por medio de razones financieras
- d) Análisis de estado de resultados por segmentos de operación y geográficos del 01 de enero al 31 de diciembre 2016, por medio de porcentos integrales.

II. Informe

Por el trabajo efectuado de análisis se entregará el informe de resultados de los segmentos de operación y segmentos geográficos, indicando las observaciones y recomendaciones sobre los riesgos identificados y las debilidades detectadas sobre la rentabilidad de los mismos.

III. Tiempo de ejecución y requerimiento de información

El análisis de la rentabilidad de los segmentos por medio del Estado de Situación Financiera por segmentos y El Estado de Resultados por segmentos se efectuará en el período comprendido de 01 de marzo al 31 de mayo de 2017.

IV. Equipo de trabajo

Nuestro equipo de trabajo se encuentra integrado por un socio y un encargado que son los responsables de analizar el enfoque de trabajo más apropiado y elaborar los informes convenidos, asistidos por miembros del staff profesional que cumplan con el perfil y la experiencia para satisfacer las necesidades requeridas. Para la Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., hemos designado el siguiente equipo:

Socia: Merlin Herlinda Velásquez
Encargada: Gladys Eugenia Poroj

V. Honorarios

El valor de los honorarios se fija con base en el tiempo que se estima invertir, sobre el cual se asignó una cuota de facturación relacionada directamente con el grado de experiencia y responsabilidad del personal nombrado.

De conformidad con lo anterior se han estimado honorarios por el análisis del Estado de Situación Financiera por segmentos y el Estado de Resultados por segmentos, en cincuenta y seis mil quetzales (Q.56,000.00), IVA incluido. El valor de nuestros servicios incluye los gastos relacionados directamente con la ejecución del trabajo.

VI. Forma de pago

Los honorarios se cancelarán de la siguiente forma: 50% al contratar e inicio del trabajo y 50% al entregar el informe final.

Se agradece la oportunidad que se brinda del poder presentar la propuesta de servicios, apreciando desde ya la confianza depositada en los servicios y en espera de que la misma merezca su aprobación, hago propicia la oportunidad para saludarlo.

Atentamente,



Merlin Velásquez

Merlin Herlinda Velásquez
Socia directora
Velásquez & Asociados, CPA

4.5 Carta de aceptación de la propuesta de servicios profesionales

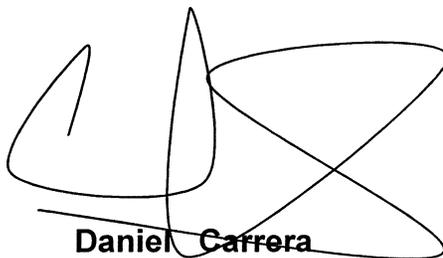
Guatemala, 15 de febrero de 2017

Merlin Herlinda Velásquez
Socia directora
Velásquez & Asociados, CPA
Guatemala, ciudad.

Estimada Licenciada:

El propósito de la presente es confirmar la aceptación de la propuesta de sus servicios de consultoría sobre el análisis relativo a la información financiera por segmentos operativos y geográficos, comprometiéndome a aceptar los términos convenidos por ambas partes, asimismo, me encuentro con la disposición de cumplir con los requerimientos solicitados por la firma.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a vertical stroke, positioned above the printed name.

Daniel Carrera

Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida

Gerente General

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A

4.6 Planificación del trabajo

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A. Planificación

I. Descripción del trabajo

La firma de auditores Velásquez & Asociados, CPA, ha sido contratada por la empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., con el objeto de evaluar la rentabilidad de los segmentos de operación y geográficos, por medio de análisis del estado de situación financiera y el estado de resultados por segmentos de operación y geográficos para el periodo del 01 de enero al 31 de diciembre 2016.

Como un valor agregado al servicio original, se entregará un informe con los resultados de los segmentos de operación y segmentos geográficos, indicando las observaciones y recomendaciones sobre los riesgos identificados y las debilidades detectadas sobre la rentabilidad de los mismos.

II. Información general del cliente

La empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., se constituyó por escritura pública número ochenta y cinco, autorizada en la ciudad de Guatemala el cinco de junio de mil novecientos noventa y uno, se dedica a la elaboración, embotellamiento, distribución y expendio de toda clase de bebidas simples o endulzadas, gaseosas o carbonatadas de carácter similar, así como agua purificada, destilada y desmineralizada.

La empresa se encuentra ubicada en la 3 Av. y 8ª. Calle 20-05 zona 1 de Villa Nueva. Sus oficinas centrales donde se concentran el mayor número de operaciones se encuentran localizadas en la dirección mencionada, que es de

donde se distribuyen los productos a distintas regiones en el interior del país a través de sus vendedores.

III. Marco de referencia de información financiera

La empresa registra y reporta sus transacciones con base a las Normas Internacionales de Información Financiera.

IV. Personal clave del cliente

Personal clave del cliente	
Nombre	Puesto
Lic. Edwin Daniel Carrera	Gerente general
Lic. Edgar Amilcar Comey	Gerente financiero
Licda. Claudia Andrea Vivar	Gerente de mercadeo
Licda. Julia Maria Perez	Gerente administrativo
Oswaldo Revolorio Cabrera	Contador general

Las fechas propuestas para la ejecución de la auditoría son las siguientes:

Actividad	Fecha
Planificación del trabajo	Del 01/03 al 04/03/2017
Revisión preliminar	Del 05/03 al 11/03/2017
Aplicación de umbrales cuantitativos	Del 12/03 al 25/03/2017
Análisis y revelación de información sobre segmentos	Del 26/03 al 08/04/2017
Estados financieros por segmentos de operación y geográficos	Del 09/04 al 22/04/2017
Análisis de los segmentos por medio de razones financieras	Del 23/04 al 06/05/2017
Análisis vertical de la información financiera por segmentos	Del 07/05 al 14/05/2017
Preparación y revisión del informe	Del 15/05 al 31/05/2017

VI. Personal asignado

El personal asignado posee amplia experiencia y pericia debida en empresas con un giro comercial similar al de la empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A. Los delegados encargados de la supervisión y revisión de la calidad del trabajo poseen acreditado el título profesional de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría lo que los habilita para asesorar en el trabajo de campo al personal con menos experiencia.

La revisión estará bajo el control y la dirección de la socia Merlin Herlinda Velásquez, quien tendrá a cargo la revisión de todos los asuntos relacionados con el trabajo del análisis.

Con el propósito de mantener una comunicación con la empresa, a continuación, encontrarán la integración de nuestro equipo de trabajo que estará asignado al compromiso.

Nombre	Funcion	Iniciales
Merlin Herlinda Velasquez	Socia directora	MHV
Licda. Gladys Eugenia Poroj	Encargada	GEP

VII. Control y estimado de tiempo para el personal del trabajo

El valor de los honorarios se fija con base en el tiempo que se estima invertir, sobre el cual asignó una cuota de facturación relacionada directamente con el grado de experiencia y responsabilidad del personal nombrado.

De conformidad con lo anterior se han estimado honorarios de cincuenta y seis mil quetzales (Q 56,000.00), IVA incluido. A continuación, se presentan las actividades relacionadas al trabajo con su respectivo presupuesto de horas aplicadas a la misma.

Actividades de auditoría	Presupuesto de horas		Total de horas
	Socia	Encargada	
<u>Actividades previas</u>			
Conversaciones preliminares con la gerencia	2	2	4
Indagación con el personal del cliente	2	2	4
Planificación	5	2	7
<u>Ejecución del trabajo</u>			
Identificación de segmentos	4	6	10
Análisis de los detalles de los estados financieros	4	6	10
Umbrales cuantitativos de los segmentos de operación	4	6	10
Umbrales cuantitativos de los segmentos geográficos	4	6	10
Análisis y revelación de información sobre segmentos de operación	4	6	10
Análisis y revelación de información sobre segmentos geográficos	4	6	10
Estados financieros por segmentos de operación	4	6	10
Estados financieros por segmentos geográficos	4	6	10
Análisis por medio de razones financieras en segmentos de operación	4	6	10
Análisis por medio de razones financieras en segmentos geográficos	4	6	10
Análisis vertical de segmentos de operación	4	6	10
Análisis vertical de segmentos geográficos	4	6	10
<u>Terminación del trabajo</u>			
Preparación de la carta a la gerencia	3	1	4
Preparación del informe final	5	2	7
Revisión del informe final	3	1	4
Total horas hombre	68	82	150

La cancelación de los honorarios se realizará de la siguiente manera: 50% al iniciar el trabajo y 50% al entregar el informe final

4.7 Índice de papeles de trabajo

No.	Descripción	P.T.	Página
1	Estado de Resultados	A	86
2	Estado de Situación Financiera	B	87
3	Distribución del Estado de Resultados por segmentos de operación	AA.1	88
4	Distribución del Estado de Resultados por segmentos de geográficos	AA.2	89
5	Distribución de ingresos de productos por regiones	AA.3	90
6	Distribución del Estado de Situación Financiera por segmentos de operación	BB.1	91
7	Distribución del Estado de Situación Financiera por segmentos geográficos	BB.2	92
8	Umbrales cuantitativos de los segmentos de operación	A.1	94
9	Prueba de ingresos de segmentos de operación	A.1.1	95
10	Resto de segmentos de operación	A.1.1.1	95
11	Prueba de utilidad de segmentos de operación	A.1.2	96
12	Prueba de activos de segmentos de operación	A.1.3	97
13	Umbrales cuantitativos de los segmentos geográficos	A.2	98
14	Prueba de ingresos de los segmentos geográficos	A.2.1	98
15	Resto de segmentos geográficos	A.2.1.1	99
16	Prueba de utilidad de los segmentos geográficos	A.2.2	100
17	Prueba de activos de los segmentos geográficos	A.2.3	100
18	Revelación de información sobre segmentos de operación	C	101
19	Análisis del segmento de Bebida Cola	C.1	102
20	Análisis del segmento de Bebida de Uva	C.2	104
21	Análisis del segmento de Bebida de Limón	C.3	105
22	Análisis del segmento de Bebida de Naranja	C.4	106
23	Análisis del resto segmentos de operación	C.5	107

24	Análisis y revelación de información sobre segmentos geográficos	D	108
25	Análisis del segmento Metropolitano	D.1	109
26	Análisis del segmento Central	D.2	109
27	Análisis del segmento Nororiental	D.3	110
28	Análisis del segmento Suroccidental	D.4	112
29	Análisis del resto segmento geográficos	D.5	113
30	Estados de resultados por segmentos de operación	E.1	114
31	Estados de situación financiera por segmentos de operación	E.2	115
32	Estados de resultados por segmentos geográficos	F.1	116
33	Estados de situación financiera por segmentos geográficos	F.2	117
34	Análisis por medio de razones financieras en segmentos de operación	G	118
35	Razón de solvencia	G.1	118
36	Razón de solidez	G.2	119
37	Razón de endeudamiento	G.3	120
38	Razón de margen de utilidad	G.4	121
39	Análisis por medio de razones financieras en segmentos geográficos	H	121
40	Razón de solvencia	H.1	122
41	Razón de solidez	H.2	123
42	Razón de endeudamiento	H.3	124
43	Razón de margen de utilidad	H.4	125
44	Análisis vertical del estado de resultados por segmentos de operación	I.1	126
45	Análisis vertical del estado de situación financiera por segmentos de operación	I.2	127
46	Análisis vertical del estado de resultados por segmentos geográficos	J.1	129
47	Análisis vertical del estado de situación financiera por segmentos geográficos	J.2	130
48	Cédula de marcas de auditoría	K	132

4.8 Identificación de segmentos

En forma preliminar se han identificado los siguientes segmentos, previo a corroborar si cumplen con los umbrales cuantitativos, estos segmentos son los principales productos que la empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., elabora y embotella, así mismo se encuentran las zonas geográficas donde la entidad distribuye sus productos.

- **Segmentos de operación**

Bebida de cola

Bebida de uva

Bebida roja

Bebida de limón

Bebida de naranja

Bebida de manzana

Agua purificada

- **Segmentos geográficos**

Metropolitano

Central

Norte

Nororiental

Suroriental

Suroccidental

Noroccidental

Petén

4.9 Información financiera de la empresa

La identificación y análisis de la información financiera se realizará con base a la siguiente información proporcionada por la empresa:

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A

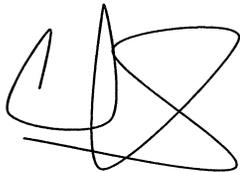
Estado de Resultados

Del 01 de enero al 31 de diciembre 2016

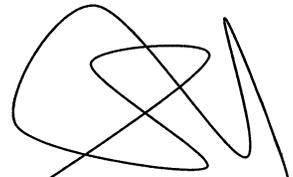
Expresado en Quetzales

PT	A	
Realizado por:	GEP	5/03/2017
Revisado por:	MHV	8/03/2017

Ventas netas	622,926,449.00	
Costo de ventas	(573,185,629.00)	
Utilidad bruta	49,740,820.00	
Gastos de operacion	(17,042,612.00)	
Gastos de ventas	(1,275,114.00)	
Gastos de administracion	(15,767,498.00)	
Utilidad en operacion	32,698,208.00	
Otros ingresos y gastos financieros	(1,236,744.00)	
Otros ingresos	3,062,079.00	
Otros gastos	(4,298,823.00)	
Utilidad del ejercicio	<u>31,461,464.00</u>	CPC
	A	



Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
Gerente General



Oswaldo Revolorio Cabrera
Contador General

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A**Estado de Situación Financiera**

Al 31 de diciembre 2016

Expresado en Quetzales

PT	B	
Realizado por:	GEP	5/03/2017
Revisado por:	MHV	8/03/2017

Activo**No Corriente**

145,104,382

Propiedad, planta y equipo

136,161,791

Inversiones L/P

8,942,591

Corriente

202,867,758

Efectivo y equivalentes de efectivo

2,851,300

Clientes

93,438,346

Otras cuentas por cobrar

13,864,400

Inventarios

92,549,423

Gastos anticipados

164,289

Total activo

347,972,140**Pasivo y Patrimonio****Patrimonio**

228,861,277

Capital pagado

152,470,953

Reservas de capital

32,549,314

Utilidades acumuladas

43,841,010

Pasivo**No Corriente**

52,682,982

Préstamos bancarios

23,181,556

Documentos por pagar

18,241,048

Provisión para indemnizaciones

11,260,378

Corriente

66,427,881

Cuentas por pagar

20,114,530

Impuestos por pagar

7,262,179

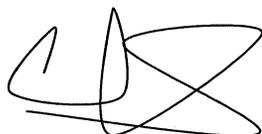
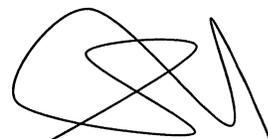
Proveedores

39,051,172

Total patrimonio y pasivo

347,972,140**CPC**

^


Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
Gerente General

Oswaldo Revolorio Cabrera
Contador General

• **Distribución del Estado de Resultados por segmentos de operación**

La distribución de los ingresos, costos, gastos de operación, otros ingresos y gastos financieros, así como su respectiva utilidad por productos elaborados se distribuye de la siguiente manera:

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A

Distribución del Estado de Resultados

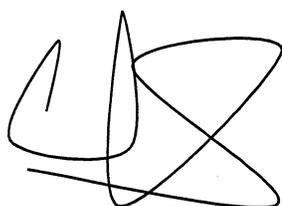
Segmentos de Operación

Del 01 de enero al 31 de diciembre 2016

Expresado en Quetzales

AA.1	
GEP	06/03/2017
MHV	09/03/2017

Segmento	Ventas	Costo de Ventas	Otros ingresos y gastos financieros	Utilidad	
Bebida de Cola	186,877,934.70	(174,821,616.85)	(37,102.32)	9,974,102.09	
Bebida de Uva	93,438,967.35	(85,977,844.35)	(210,246.48)	5,205,763.08	
Bebida Roja	31,146,322.45	(26,366,538.93)	(432,860.40)	1,279,252.96	
Bebida de Limón	62,292,644.90	(55,599,006.01)	(98,939.52)	4,038,307.57	
Bebida de Naranja	161,960,876.74	(151,894,191.69)	(247,348.80)	8,285,501.18	
Bebida de Manzana	37,375,586.94	(33,817,952.11)	(160,776.72)	670,040.19	
Agua Purificada	49,834,115.92	(44,708,479.06)	(49,469.76)	2,008,496.94	
Total	622,926,449.00	(573,185,629.00)	(1,236,744.00)	31,461,464.00	CPC



Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
Gerente General



Oswaldo Revolorio Cabrera
Contador General

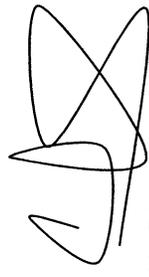
• **Distribución de ingresos**

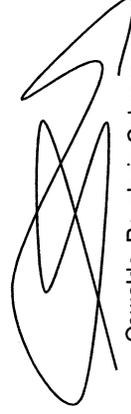
El total de ingresos de productos por regiones geográficas se integran así:

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
Distribución del ingresos de productos por regiones
Al 31 de diciembre 2016
Expresado en Quetzales

PT	AA.3	
Realizado por:	GEP	07/03/2017
Revisado por:	MHV	10/03/2017

Segmento	Metropolitano	Central	Suroriental	Suroccidental	Noroccidental	Peten	Total
B. Cola	48,588,262.50	46,719,484.50	14,950,234.50	22,425,352.50	11,212,675.50	1,868,779.20	186,877,934.70
B. de Uva	24,294,131.25	23,359,742.25	7,475,117.25	11,212,676.25	5,606,337.75	934,389.60	93,438,970.00
B. Roja	8,098,043.75	7,786,580.75	2,491,705.75	3,737,558.75	1,868,779.25	311,463.20	31,146,322.00
B. de Limón	16,196,087.50	15,573,161.50	4,983,411.50	7,475,117.50	3,737,558.50	622,926.40	62,292,645.00
B. de Naranja	42,109,827.50	40,490,219.90	12,956,869.90	19,435,305.50	9,717,652.10	1,619,608.64	161,960,875.00
B. de Manzana	9,717,652.50	9,343,896.90	2,990,046.90	4,485,070.50	2,242,535.10	373,755.84	37,375,587.00
Agua Purificada	12,956,870.00	12,458,529.20	3,986,729.20	5,980,094.00	2,990,046.80	498,341.12	49,834,115.00
Total	161,960,875.00	155,731,615.00	49,834,115.00	74,751,175.00	37,375,585.00	6,229,264.00	622,926,448.70


 Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
 Gerente General


 Oswaldo Revolorio Cabrera
 Contador General

CPC

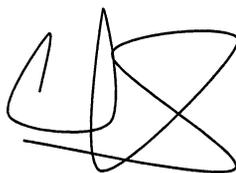
• **Distribución del Estado de Situación Financiera por segmentos de operación**

Los activos, pasivos y patrimonio de cada uno de los segmentos de operación se integran de la siguiente manera:

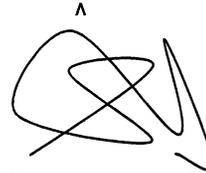
Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
 Distribución del Estado de Situación Financiera
 Segmentos de Operación
 Al 31 de diciembre 2016
 Expresado en Quetzales

PT	BB.1	
Realizado por:	GEP	08/03/2017
Revisado por:	MHV	11/03/2017

Segmento	Activo		Patrimonio	Pasivo		CPC
	No Corriente	Corriente		No Corriente	Corriente	
Bebida de Cola	40,364,768.24	60,547,152.36	65,592,748.39	15,136,788.09	20,182,384.12	
Bebida de Uva	19,486,439.84	36,189,102.56	33,405,325.44	11,135,108.48	11,135,108.48	
Bebida Roja	11,135,108.48	16,702,662.72	18,929,684.42	3,897,287.97	5,010,798.82	
Bebida de Limón	17,050,634.86	17,746,579.14	21,574,272.68	4,175,665.68	9,047,275.64	
Bebida de Naranja	39,146,865.75	47,846,169.25	60,895,124.50	13,048,955.25	13,048,955.25	
Bebida de Manzana	9,743,219.92	14,614,829.88	16,807,054.36	2,679,385.48	4,871,609.96	
Agua Purificada	8,177,345.29	9,221,261.71	11,657,066.69	2,609,791.05	3,131,749.26	
Total	145,104,382.38	202,867,757.62	228,861,276.48	52,682,982.00	66,427,881.53	CPC

^ ^ ^ ^ ^


Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
 Gerente General

^ ^ ^ ^ ^


Oswaldo Revolorio Cabrera
 Contador General

• **Distribución del Estado de Situación Financiera por segmentos geográficos**

Los activos, pasivos y patrimonio por regiones se distribuyen de la siguiente manera:

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A

Distribución del Estado de Situación Financiera

Segmentos de Geográficos

Al 31 de diciembre 2016

Expresado en Quetzales

PT	BB.2	
Realizado por:	GEP	08/03/2017
Revisado por:	MHV	11/03/2017

Segmento	Activo		Patrimonio	Pasivo	
	No Corriente	Corriente		No Corriente	Corriente
Metropolitano	66,442,960.00	65,786,453.00	81,648,217.08	24,108,171.49	19,928,364.30
Central	32,145,370.00	54,847,665.00	59,360,104.75	11,522,101.00	17,271,249.06
Norte	3,653,707.00	6,785,457.00	7,123,212.43	1,382,652.09	2,657,115.24
Nororiental	25,533,333.00	23,182,770.00	33,241,660.98	6,452,377.01	7,971,345.72
Suroriental	2,783,777.00	11,135,108.00	9,497,616.35	1,843,536.08	4,649,951.67
Suroccidental	11,309,095.00	33,927,283.00	30,867,254.33	5,991,492.49	10,628,460.96
Noroccidental	2,366,210.00	4,593,232.00	4,748,807.83	921,767.97	1,992,836.43
Petén	869,930.00	2,609,790.00	2,374,403.23	460,883.85	1,328,557.62
Total	145,104,382.00	202,867,758.00	228,861,277.00	52,682,982.00	66,427,881.00

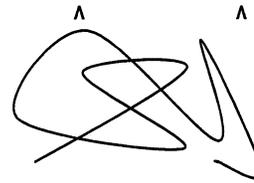
CPC

Λ



Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
Gerente General

Λ



Oswaldo Revolorio Cabrera
Contador General

- **Manifestación escrita**

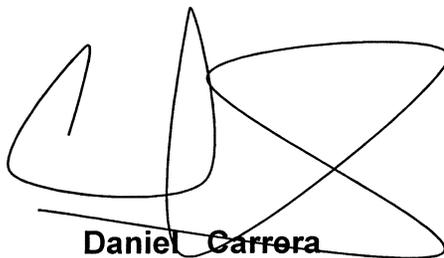
Guatemala, 8 de marzo de 2017

Merlin Herlinda Velásquez
Socia directora
Velásquez & Asociados, CPA
Guatemala, ciudad.

Estimada Licenciada:

El propósito de la presente es hacer de su conocimiento que los estados financieros presentados del periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2016 fueron preparados de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera emitas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB).

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Daniel Carrera

Lic. Edwin Daniel Carrera Mérida
Gerente General

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A

4.10 Umbrales cuantitativos de los segmentos

De acuerdo a lo que dicta la NIIF 8, los umbrales cuantitativos tienen que ser iguales o mayores al 10% de ingresos, activos y ganancia combinada; se aplicarán los principios para establecer o formar un segmento, aplicando las pruebas pertinentes y obtener con certeza cada uno de los segmentos de operación y geográficos.

4.10.1 Umbrales cuantitativos de los segmentos de operación

A continuación, se describen los porcentajes de los umbrales cuantitativos producto de las pruebas efectuadas.

Umbrales Cuantitativos Segmentos de operación	PT	A.1	
	Realizado por:	GEP	12/03/2017
	Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Umbrales Cuantitativos		
	Porcentajes		
	Ingresos	Utilidad	Activos
Bebida de Cola	30	32	29
Bebida de Uva	15	17	16
Bebida Roja	5	4	8
Bebida de Limón	10	13	10
Bebida de Naranja	26	26	25
Bebida de Manzana	6	2	7
Agua Purificada	8	6	5
Total	100	100	100

A.1.1 

A.1.2 

A.1.3 

- **Prueba de ingresos**

En la siguiente cédula se realiza el análisis de ingresos para determinar los segmentos que califican para ser informados de acuerdo con lo descrito en los umbrales cuantitativos de la NIIF 8 para ser revelados.

Prueba de ingresos de segmentos de operación

PT	A.1.1	
Realizado por:	GEP	12/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Ingresos		
	Cantidad	Porcentaje	Cumple como segmento
Bebida de Cola	Q 186,877,935.00	30	Si
Bebida de Uva	Q 93,438,970.00	15	Si
Bebida Roja	Q 31,146,322.00	5	No
Bebida de Limón	Q 62,292,645.00	10	Si
Bebida de Naranja	Q 161,960,875.00	26	Si
Bebida de Manzana	Q 37,375,587.00	6	No
Agua Purificada	Q 49,834,115.00	8	No
Total	Q 622,926,449.00	100	

AA.1

A.1

Cumple con la prueba de ingresos, los segmentos “Bebida de Cola” con 30%, “Bebida de Uva” con 15%, “Bebida de Limón” con 10%, y “Bebida de Naranja” con 26%. Los segmentos “Bebida Roja, Bebida de Manzana y el Agua Purificada” no cumple la condición, porque sus ingresos no son, por lo menos, del 10%; por lo tanto, se agruparán como “Resto de Segmentos”.

La suma de los segmentos que deben informarse es de 81%, por lo cual si cubren más del 75% de los ingresos totales de la entidad. El resto de segmentos está integrado por:

Resto de segmentos de operación

PT	A.1.1.1	
Realizado por:	GEP	12/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Ingresos	
	Cantidad	Porcentaje
Bebida Roja	Q 31,146,322.00	5
Bebida de Manzana	Q 37,375,587.00	6
Agua Purificada	Q 49,834,115.00	8
Total	Q 118,356,024.00	19

A.1.1

- **Prueba de resultados**

La utilidad de la entidad en el período 2016 asciende a Q.31,461,464.00 el 10% de la utilidad asciende a Q.3,146,146.00. En el contexto de la norma indica que se informará sobre aquellos segmentos que sus resultados sean iguales o mayores al 10% del total de la ganancia o pérdida combinada y en la siguiente cédula se ilustran la determinación de los mismos.

Prueba de utilidad de segmentos de operación

PT	A.1.2	
Realizado por:	GEP	13/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Utilidad		
	Cantidad	Porcentaje	Cumple como segmento
Bebida de Cola	Q 9,974,102.09	32	Si
Bebida de Uva	Q 5,205,763.08	17	Si
Bebida Roja	Q 1,279,252.96	4	No
Bebida de Limón	Q 4,038,307.57	13	Si
Bebida de Naranja	Q 8,285,501.18	26	Si
Bebida de Manzana	Q 670,040.19	2	No
Agua Purificada	Q 2,008,496.94	6	No
Total	Q 31,461,464.00	100	

AA.1 

A.1 

Los segmentos que califican bajo los umbrales cuantitativos, que sus resultados combinados son iguales o mayores al 10% del resultado combinado de la compañía son: bebidas gaseosas de Cola con 32%, Uva con 17%, Limón con 13% y Naranja con el 26%.

- **Prueba de activos**

El total de activos de la empresa asciende a Q.347, 972, 140.00, la NIIF 8 indica que se informará sobre aquellos segmentos que sus activos individuales sean

iguales o mayores al 10% del total del activo, análisis que se ilustra en la siguiente cédula.

Prueba de activos de segmentos de operación

PT	A.1.3	
Realizado por:	GEP	14/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Activos		
	Cantidad	Porcentaje	Cumple como segmento
Bebida de Cola	Q 100,911,920.00	29	Si
Bebida de Uva	Q 55,675,542.00	16	Si
Bebida Roja	Q 27,837,771.00	8	No
Bebida de Limón	Q 34,797,214.00	10	Si
Bebida de Naranja	Q 86,993,035.00	25	Si
Bebida de Manzana	Q 24,358,050.00	7	No
Agua Purificada	Q 17,398,608.00	5	No
Total	Q 347,972,140.00	100	

BB.1

A.1

Cumple con la prueba del total de activos, los segmentos “Bebida de Cola” con 29%, “Bebida de Uva” con 16%, “Bebida de Limón” con 10%, y “Bebida de Naranja” con 25%. Los segmentos “Bebida Roja, Bebida de Manzana y el Agua Purificada”, no cumple por lo tanto se agruparán como “Resto de Segmentos”. El total de activos a informar es del 80% y el resto de segmentos del 20%.

4.10.2 Umbrales cuantitativos de los segmentos geográficos

A continuación, se describen los porcentajes de los umbrales cuantitativos de las pruebas de ingresos, utilidad y de activos de los segmentos geográficos.

**Umbrales Cuantitativos
geográficos**

PT	A.2	
Realizado por:	GEP	12/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Umbrales Cuantitativos		
	Porcentajes		
	Ingresos	Utilidad	Activos
Metropolitano	26	32	38
Central	25	26	25
Norte	7	6	3
Nororiental	15	14	14
Suroriental	8	5	4
Suroccidental	12	11	13
Noroccidental	6	5	2
Petén	1	0.5	1
Total	100	100	100

A.2.1 ↪

A.2.2 ↪

A.2.3 ↪

• **Prueba de ingresos**

En la siguiente cédula se realiza el análisis de ingresos para determinar los segmentos que califican para ser informados de acuerdo con lo descrito en los umbrales cuantitativos de la NIIF 8.

**Prueba de ingresos de segmentos
de geográficos**

PT	A.2.1	
Realizado por:	GEP	15/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Ingresos		
	Cantidad	Porcentaje	Cumple como segmento
Metropolitano	Q 161,960,875.00	26	Si
Central	Q 155,731,615.00	25	Si
Norte	Q 43,604,850.00	7	No
Nororiental	Q 93,438,970.00	15	Si
Suroriental	Q 49,834,115.00	8	No
Suroccidental	Q 74,751,175.00	12	Si
Noroccidental	Q 37,375,585.00	6	No
Petén	Q 6,229,264.00	1	No
Total	Q 622,926,449.00	100	

AA.2 ↪

A.2 ↪

Los segmentos geográficos que cumplen con la prueba de ingresos son los de la región Metropolitana, que representa el 26%, el de la región Central que representa el 25%, la región Nororiental que representa el 15% y la región Suroccidental que representa el 12% del total de ventas, el resto se agrupará como “Resto de Segmentos”.

La suma de los segmentos que deben informarse es de 78%, por lo cual si cubren más del 75% de los ingresos totales de la entidad. El resto de segmentos geográficos que se integra por el 22% está compuesto de la siguiente manera:

**Resto de segmentos
de geográficos**

PT	A.2.1.1	
Realizado por:	GEP	15/03/2017
Revisado por:	MHV	22/03/2017

Segmento	Ingresos	
	Cantidad	Porcentaje
Norte	Q 43,604,850.00	7
Suroriental	Q 49,834,115.00	8
Noroccidental	Q 37,375,585.00	6
Petén	Q 6,229,264.00	1
Total	Q 137,043,814.00	22

A.2.1 

- **Prueba de resultados**

La utilidad de la compañía asciende a Q.31,461,464.00, el 10% de la utilidad combinada asciende a Q.3,146,146.00; todas aquellas regiones que sus resultados pérdidas o ganancias individuales sean iguales o mayores al 10% del resultado combinado de la entidad deben informarse, en la cédula siguiente se describe el análisis de segmentos geográficos de los cuales califican para ser informados:

Prueba de utilidad de segmentos de geográficos

PT	A.2.2	
Realizado por:	GEP	17/03/2017
Revisado por:	MHV	24/03/2017

Segmento	Utilidad		
	Cantidad	Porcentaje	Cumple como segmento
Metropolitano	Q 10,190,170.46	32	Si
Central	Q 8,070,717.75	26	Si
Norte	Q 1,836,708.97	6	No
Nororiental	Q 4,390,735.65	14	Si
Suroriental	Q 1,677,158.68	5	No
Suroccidental	Q 3,590,584.52	11	Si
Noroccidental	Q 1,561,197.26	5	No
Petén	Q 144,190.71	0.5	No
Total	Q 31,461,464.00	100	

AA.2 ☺

A.2 ☺

Los segmentos geográficos que se deben informar son los segmentos de la región Metropolitana con 32%, región Central con 26%, región Nororiental con 14% y la región Suroccidental con 11%.

• **Prueba de activos**

Todos aquellos segmentos geográficos que sus activos sean iguales o mayores al 10% del total de activos combinados de la entidad calificaran para ser informados, el análisis se presenta en la siguiente cédula:

Prueba de activos de segmentos de geográficos

PT	A.2.3	
Realizado por:	GEP	18/03/2017
Revisado por:	MHV	25/03/2017

Segmento	Activos		
	Cantidad	Porcentaje	Cumple como segmento
Metropolitano	Q 132,229,413.00	38	Si
Central	Q 86,993,035.00	25	Si
Norte	Q 10,439,164.00	3	No
Nororiental	Q 48,716,103.00	14	Si
Suroriental	Q 13,918,885.00	4	No
Suroccidental	Q 45,236,378.00	13	Si
Noroccidental	Q 6,959,442.00	2	No
Petén	Q 3,479,720.00	1	No
Total	Q 347,972,140.00	100	

BB.2 ☺

A.2 ☺

Cumple con la prueba del total de activos, los segmentos de la región Metropolitana con 38%, región Central con 25%, región Nororiental con 14% y la región Suroccidental con 13%. La asignación recursos económicos se da de la anterior manera, ya que los segmentos principales son los que están aportando la mayor cantidad de utilidades a la entidad, por tal razón poseen la mayor parte de sus activos, tanto corrientes como no corrientes.

El total de activos a informar es del 90% y el resto de segmentos del 10%.

4.11 Análisis y revelación de información sobre segmentos

Como resultado de las pruebas realizadas de los umbrales cuantitativos, se determinan los segmentos de operación y segmentos geográficos sobre los que se debe informar; así mismo se analizarán todos aquellos segmentos que no calificaron para ser informados, los cuales se agruparon bajo el rubro "Resto de Segmentos".

4.11.1 Análisis y revelación de información sobre segmentos de operación

Revelación de información de segmentos de operación

PT	C	
Realizado por:	GEP	26/03/2017
Revisado por:	MHV	05/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos		Ref.
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
Bebida de Cola	Q 186,877,935.00	30	Q 9,974,102.09	32	Q 100,911,920.00	29	C.1
Bebida de Uva	Q 93,438,970.00	15	Q 5,205,763.08	17	Q 55,675,542.00	16	C.2
Bebida de Limón	Q 62,292,645.00	10	Q 4,038,307.57	13	Q 34,797,214.00	10	C.3
Bebida de Naranja	Q 161,960,875.00	26	Q 8,285,501.18	26	Q 86,993,035.00	25	C.4
Resto de segmentos	Q 118,356,024.00	19	Q 3,957,790.08	13	Q 69,594,429.00	20	C.5
Total	Q 622,926,449.00	100	Q 31,461,464.00	100	Q 347,972,140.00	100	
	AA.1	^	AA.1	^	BB.1	^	

- **Análisis del segmento de Bebida Cola**

Se determinó que el segmento de Bebida Cola contribuye en gran parte a los ingresos y resultados de la entidad, con un total de ingreso de Q.186,877,935.00 que representa el 30% del ingreso total de la empresa y la contribución de la utilidad es de Q. 9,974,102.09 que representa el 32% del resultado.

Este segmento se integra por las siguientes presentaciones del producto:

Revelación de información de segmentos de Bebida Cola

PT	C.1	
Realizado por:	GEP	26/03/2017
Revisado por:	MHV	05/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
354 ml	Q 46,719,483.75	25	Q 2,493,525.52	25	Q 25,227,980.00	25
600 ml	Q 37,375,587.00	20	Q 1,994,820.42	20	Q 20,182,384.00	20
1 litro	Q 41,113,145.70	22	Q 2,194,302.46	22	Q 22,200,622.40	22
2 litros	Q 33,638,028.30	18	Q 1,795,338.38	18	Q 18,164,145.60	18
3 litros	Q 28,031,690.25	15	Q 1,496,115.31	15	Q 15,136,788.00	15
Total	Q 186,877,935.00	100	Q 9,974,102.09	100	Q 100,911,920.00	100

C ^ C ^ C ^

Debido a que cada consumidor es un mundo diferente, los productos deben cumplir con las exigencias de este, por tal razón se crean varias presentaciones de bebidas gaseosas que satisfagan las necesidades del mismo. Las exigencias que tienen los consumidores con respecto a las bebidas son las de sabor, comodidad, funcionalidad, salud, diseño de botella, precio y calidad del producto.

Con respecto a la bebida de sabor cola, la entidad elabora varias presentaciones de la misma; donde se determina que la presentación que contribuye la mayor parte de ingresos y utilidades en la de 354 ml, con un total

de ingreso de Q.46,719,483.75 que representa el 25% del ingreso total de la empresa y la contribución de la utilidad es de Q.2,493,525.52 que representa el 25% del resultado, ya que es ideal porque su precio es bajo y satisface al consumidor individualmente fuera del hogar, en la vía pública o en una oficina, satisface necesidades personales a la hora de comer algo rápido o después de realizar alguna actividad deportiva, es fácil de trasladar y fácil de desechar.

La presentación que aporta un porcentaje del 20% de ventas y de utilidad es la de 600ml; ya que es una alternativa para consumo rápido y práctico, con una cantidad justa para un usuario individual. Se diferencia porque se distribuye en envase plástico no retornable y reciclable, duro en sus extremos y blando en el centro del mismo.

Así mismo se encuentran las presentaciones de 1, 2 y 3 litros de bebida gaseosa sabor cola, representan un total de ventas y de utilidad del 22%, 18% y 15% respectivamente del total del ingreso de la empresa, estas presentaciones se acostumbra a ingerirse con la familia ya que son ideales en tamaño y precio.

A pesar de que la bebida cola es uno de los segmentos que mayor contribución aporta a los ingresos, aun cuenta con un mercado grande el cual la compañía puede explotar por medio de estudios de mercado con el objeto de ser líderes en este segmento.

- **Análisis del segmento de Bebida de Uva**

Se determinó que el segmento de Bebida de Uva contribuye el 15% de los ingresos y resultados de la entidad, con un total de ingreso de Q.93,438,970.00 y una utilidad de Q.5,205,763.08.

Este segmento se integra por las siguientes presentaciones del producto:

Revelación de información de segmentos de Bebida Uva

PT	C.2	
Realizado por:	GEP	27/03/2017
Revisado por:	MHV	05/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
354 ml	Q 42,047,536.50	45	Q 2,342,593.39	45	Q 25,053,993.90	45
600 ml	Q 51,391,433.50	55	Q 2,863,169.69	55	Q 30,621,548.10	55
Total	Q 93,438,970.00	100	Q 5,205,763.08	100	Q 55,675,542.00	100

Este segmento se identifica por es un refrigerante que tiene sabor del jugo de uva con bajos niveles de sodio, sin cafeína y con menos calorías. Este grupo abarca la presentación de lata de 354 ml que aporta el 45% de los ingresos y de los resultados totales del segmento de bebida de uva; ya que conserva por más tiempo la temperatura de la bebida y hace más práctico su traslado.

La presentación que más aporta a este segmento es la de 600ml con un 55% de ingresos y de utilidad, ya que los consumidores ingieren una cantidad justa del líquido, así mismo su envase plástico es más cómodo para ser trasladado y a la vez es reciclable, liviano, resistente la rotura y a la presión interna.

• Análisis del segmento de Bebida de Limón

Otro de los segmentos que contribuye de forma significativa a los ingresos y resultados de la entidad, es el segmento de bebida de limón, con un total de ingresos de Q.62,292,645.00 que representa un 10% del ingreso total de la empresa y la contribución individual al resultado es de Q.4,038,307.57.

Este segmento se integra por las siguientes presentaciones:

Revelación de información de segmentos de Bebida de Limón

PT	C.3	
Realizado por:	GEP	27/03/2017
Revisado por:	MHV	05/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
354 ml	Q 24,917,058.00	40	Q 1,615,323.03	40	Q 13,918,885.60	40
600 ml	Q 37,375,587.00	60	Q 2,422,984.54	60	Q 20,878,328.40	60
Total	Q 62,292,645.00	100	Q 4,038,307.57	100	Q 34,797,214.00	100

C ^ C ^ C ^

Este segmento se identifica por ofrecer el sabor natural del limón, el cual ofrece hidratación baja en sodio y una personalidad divertida, honesta e irreverente. La presentación de 354 ml exhibe una contribución individual al total de ingresos de la empresa de Q.24,917,058.00 equivalentes al 40% total de los ingresos de la bebida de limón, en este producto la compañía no es líder en el mercado, pero es un mercado potencial explotable principalmente a través de promociones en el mercadeo de sus productos.

La manifestación 600ml de la bebida de limón contribuye individualmente el 60% del total de ingresos de la empresa que equivale a Q.37,375,587.00, ya que como se ha mencionado su presentación es justa y liviana para el consumidor, ideal para esos momentos en los que se apetece una bebida con un sabor diferente, acompañar las comidas o expresar la creatividad combinándola de cualquier manera.

Es probable que el mercado no esté demandando constantemente este producto ya que la competencia tiene diferentes presentaciones y combinaciones de este sabor, por ello que se ve una oportunidad potencial para que la compañía considere mejorar sus estrategias para poder llegar a los clientes y tratar de ser líderes en el mercado de este segmento.

- **Análisis del segmento de Bebida de Naranja**

Este es otro segmento relevante ya que su volumen de ingresos representa el 26%, el total de ingresos de este segmento para el período 2016, asciende a Q.161,960,875.00 y la contribución individual al resultado combinado ascienda a Q.8,285,501.18. Este segmento está integrado así:

Revelación de información de segmentos de Bebida Naranja

PT	C.4	
Realizado por:	GEP	28/03/2017
Revisado por:	MHV	05/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
354 ml	Q 40,490,218.75	25	Q 2,071,375.29	25	Q 21,748,258.75	25
600 ml	Q 64,784,350.00	40	Q 3,314,200.47	40	Q 34,797,214.00	40
2 litros	Q 56,686,306.25	35	Q 2,899,925.41	35	Q 30,447,562.25	35
Total	Q 161,960,875.00	100	Q 8,285,501.18	100	Q 86,993,035.00	100

Este segmento es un refresco con sabor natural de naranja que puede contribuir a cubrir los requerimientos diarios de hidratación, la personalidad de la bebida busca inspirar la diversión y la convivencia entre jóvenes. La empresa las elabora en las presentaciones de 354 ml de envase de lata, esta aporta el 25% de los ingresos totales del segmento de bebida de naranja, así mismo se encuentra la exhibición de 600 ml de envase de plástico que aporta el mayor porcentaje de este segmento con un 40%, debido a su envase y a su sabor único, demandada mayormente por los jóvenes y así también se encuentra la presentación de 2 litros que contribuye al 35% de los ingresos y utilidades, ya que es una alternativa de bebida saludable y más natural que se adapta a toda forma de vida.

La bebida naranja es uno de los segmentos que mayor contribución aporta a los ingresos, por tal razón la entidad debe explotar este segmento a través de

nuevas estrategias competitivas, hasta lograr ser el mayor distribuidor de este segmento.

- **Análisis del resto segmentos de operación**

En el análisis realizado de los segmentos de la entidad, se determinaron que existen algunos segmentos que no calificaron para informarse individualmente, los cuales se agrupan y analizarán bajo este concepto derivado a que así lo exige la NIIF 8, los cuales se integran así:

Revelación de información de
Restos de Segmentos Operativos

PT	C.5	
Realizado por:	GEP	28/03/2017
Revisado por:	MHV	05/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Bebida Roja	Q 31,146,322.00	26	Q 1,279,252.96	32	Q 27,837,771.00	40
Bebida de Manzana	Q 37,375,587.00	32	Q 670,040.19	18	Q 24,358,050.00	35
Agua Purificada	Q 49,834,115.00	42	Q 2,008,496.94	50	Q 17,398,608.00	25
Total	Q 118,356,024.00	100	Q 3,957,790.08	100	Q 69,594,429.00	100

C ^ C ^ C ^

El resto de segmentos surge de aquellos segmentos que no cumplen con el umbral cuantitativo del 10%, según se determinó que el segmento más representativo es el Agua Purificada, ya que es la bebida preparada que llega al consumidor con la garantía de pureza y calidad, manteniendo su sabor neutro y sus niveles de mineralización. Esta bebida es ideal para el consumo diario, las dietas infantiles y para todos aquellos consumidores que prefieran una bebida que mantenga constantes sus propiedades, aporta el 42% de los ingresos totales de este grupo.

Otros segmentos que integran el resto de segmentos con un 26% de ingresos es la bebida roja, porque es muy popular entre los jóvenes adultos que

aprecian su idea creativa y original de la vida con un peculiar sabor a fresa, así también se encuentra la bebida de manzana que es un refresco elaborado con jugo pasteurizado de manzana, siendo otra opción de hidratación en el portafolio de la entidad, con bajos contenidos de sodio y colorantes artificiales, contribuyendo en un 32% a los ingresos de la entidad.

4.11.2 Análisis y revelación de información sobre segmentos geográficos

Revelación de información de segmentos geográficos

PT	D	
Realizado por:	GEP	29/03/2017
Revisado por:	MHV	06/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos		Ref.
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
Metropolitano	Q 161,960,875.00	26	Q 10,190,170.46	32	Q 132,229,413.00	38	D.1
Central	Q 155,731,615.00	25	Q 8,070,717.75	26	Q 86,993,035.00	25	D.2
Nororiental	Q 93,438,970.00	15	Q 4,390,735.65	14	Q 48,716,103.00	14	D.3
Suroccidental	Q 74,751,175.00	12	Q 3,590,584.52	11	Q 45,236,378.00	13	D.4
Resto de segmentos	Q 137,043,814.00	22	Q 5,219,255.62	17	Q 34,797,211.00	10	D.5
Total	Q 622,926,449.00	100	Q 31,461,464.00	100	Q 347,972,140.00	100	

AA.2 AA.2 BB.2

• Análisis del segmento Metropolitano

Se determinó que el segmento Metropolitano contribuye en gran parte a los ingresos y resultados de la entidad, con un total de ingreso de Q.161,960,875.00 que representa el 26% del ingreso total de la empresa y la contribución de la utilidad es de Q.10,190,170.46 que representa el 32% del resultado.

Este segmento se integra de la siguiente manera:

Revelación de información de segmento Metropolitano

PT	D.1	
Realizado por:	GEP	30/03/2017
Revisado por:	MHV	07/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Guatemala	Q 161,960,875.00	100	Q 10,190,170.46	100	Q 132,229,413.00	100
Total	Q 161,960,875.00	100	Q 10,190,170.46	100	Q 132,229,413.00	100

D
Λ
D
Λ
D
Λ

Esta región es la más rentable debido a la cantidad de habitantes que consumen los productos, así mismo porque el departamento de Guatemala se encuentra la mayor parte de los comercios, es por ello que este segmento es el ideal para distribuir los productos de bebidas gaseosas y así obtener mayores utilidades.

• **Análisis del segmento Central**

Se determinó que el segmento Central contribuye el 25% de los ingresos y el 26% resultados de la entidad, con un total de ingreso de Q.155,731,615.00 y una utilidad de Q. 8,070,717.75. Este segmento se integra por los siguientes departamentos:

Revelación de información de segmento Central

PT	D.2	
Realizado por:	GEP	31/03/2017
Revisado por:	MHV	07/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Chimaltenango	Q 45,162,168.35	29	Q 2,179,093.79	27	Q 26,097,910.50	30
Sacatepéquez	Q 54,506,065.25	35	Q 2,905,458.39	36	Q 30,447,562.25	35
Escuintla	Q 56,063,381.40	36	Q 2,986,165.57	37	Q 30,447,562.25	35
Total	Q 155,731,615.00	100	Q 8,070,717.75	100	Q 86,993,035.00	100

D
Λ
D
Λ
D
Λ

El departamento de Escuintla se considera más rentable con respecto a sus ingresos de Q.56,063,381.40 que representa el 36%, debido a su clima cálido y sus atractivos turísticos es mayor el consumo de bebidas gaseosas; ya que aporta mayores sensaciones de hidratación a sus habitantes. El departamento de Sacatepéquez aporta el 35% de los ingresos de la región Central debido que es uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros y por ende se fomenta el comercio de alimentos.

El segmento de la región Central es uno de los segmentos que mayor contribución aporta a los ingresos, por tal razón la entidad debe explotar este segmento a través de nuevas estrategias competitivas, hasta lograr ser el mayor distribuidor de este segmento.

- **Análisis del segmento Nororiental**

Otro de los segmentos que contribuye de forma significativa a los ingresos y resultados de la entidad, es el segmento de la región Nororiental, con un total de ingresos de Q.93,438,970.00 que representa un 15% del ingreso total de la empresa y la contribución individual al resultado es de Q.4,390,735.65. Este segmento se integra por los siguientes departamentos:

Revelación de información de
segmento Nororiental

PT	D.3	
Realizado por:	GEP	31/03/2017
Revisado por:	MHV	07/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Chiquimula	Q 26,162,911.60	28	Q 1,317,220.70	30	Q 13,153,347.81	27
El Progreso	Q 20,556,573.40	22	Q 790,332.42	18	Q 10,717,542.66	22
Izabal	Q 28,031,691.00	30	Q 1,405,035.41	32	Q 13,640,508.84	28
Zacapa	Q 18,687,794.00	20	Q 878,147.13	20	Q 11,204,703.69	23
Total	Q 93,438,970.00	100	Q 4,390,735.65	100	Q 48,716,103.00	100

D U A D U A D U A

Este segmento se identifica por ser centro industrial y comercial, ya que posee dos puertos marítimos importantes, un centro religioso católico más importante de Centro América, minas de plata y oro y una sorprendente calidez humana.

El departamento de Izabal exhibe una contribución individual al total de ingresos de la empresa de Q.28,031,691.00 equivalentes al 30% total de los ingresos del segmento Nororiental, es uno de los departamentos que ofrece mayor riqueza al país, por la fertilidad de su suelo, los recursos minerales, accesibilidad por las vías de comunicación, los puertos marítimos y alternativas dentro del sector turístico.

La manifestación del departamento de Chiquimula contribuye individualmente el 28% del total de ingresos de la empresa que equivale a Q.20,556,573.40, ya cuenta con el centro religioso más visitado por los feligreses católicos, fomentando así el comercio y por ende el consumo de bebidas gaseosas.

- **Análisis del segmento Suroccidental**

Este es otro segmento relevante ya que su volumen de ingresos representa el 12%, el total de ingresos de este segmento para el período 2016, asciende a Q.74,751,175.00 y la contribución individual al resultado combinado ascienda a Q.3,590,584.52. Este segmento está integrado de la siguiente manera:

Revelación de información de segmento Suroccidental

PT	D.4	
Realizado por:	GEP	01/04/2017
Revisado por:	MHV	08/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Quetzaltenango	Q 17,940,282.00	24	Q 825,834.44	23	Q 10,404,366.94	23
Retalhuleu	Q 16,445,258.50	22	Q 754,022.75	21	Q 9,952,003.16	22
San Marcos	Q 8,970,141.00	12	Q 466,775.99	13	Q 6,333,092.92	14
Suchitepéquez	Q 11,212,676.25	15	Q 574,493.52	16	Q 9,952,003.16	14
Sololá	Q 10,465,164.50	14	Q 466,775.99	13	Q 5,428,365.36	12
Totonicapán	Q 9,717,652.75	13	Q 502,681.83	14	Q 6,785,456.70	15
Total	Q 74,751,175.00	100	Q 3,590,584.52	100	Q 45,236,378.00	100

En este segmento se encuentra la segunda ciudad en importancia del país, el mercado más grande del altiplano guatemalteco, los volcanes más altos de Centroamérica y las fértiles tierras de la Costa del Pacífico. La empresa distribuye sus productos en el departamento de Quetzaltenango que aporta el mayor porcentaje de este segmento con un 24% de los ingresos totales de la región Suroccidental, debido que es un lugar estratégico para el comercio y los servicios, así como cuenta con el municipio de gran pujanza económica y cultural.

Así mismo se encuentra el departamento de Retalhuleu que aporta un 22% de los ingresos totales de este segmento, debido que es grande poblacionalmente y que cuenta con zonas industriales y turísticas.

El segmento Suroccidental es el que menos aporta a los ingresos totales, por ello se ve la oportunidad potencial para que la compañía considere mejorar sus estrategias para poder llegar a los clientes de estos territorios y tratar de ser líderes en el mercado.

- **Análisis del resto segmento geográficos**

En el análisis realizado de los segmentos de la entidad, se determinaron que existen algunos segmentos que no calificaron para informarse individualmente, los cuales se agrupan y analizarán bajo este concepto derivado a que así lo exige la NIIF 8, los cuales se integran así:

Revelación de información de
Restos de Segmentos Geográficos

PT	D.5	
Realizado por:	GEP	02/04/2017
Revisado por:	MHV	08/04/2017

Segmento	Ingresos		Utilidad		Activos	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Norte	Q 43,604,850.00	32	Q 1,836,708.97	35	Q 10,439,164.00	30
Suroriental	Q 49,834,115.00	36	Q 1,677,158.68	32	Q 13,918,885.00	40
Noroccidental	Q 37,375,585.00	27	Q 1,561,197.26	30	Q 6,959,442.00	20
Petén	Q 6,229,264.00	5	Q 144,190.71	3	Q 3,479,720.00	10
Total	Q 137,043,814.00	100	Q 5,219,255.62	100	Q 34,797,211.00	100

D U A D U A D U A

El resto de segmentos surge de aquellos segmentos que no cumplen con el umbral cuantitativo del 10%, según se determinó que el segmento más representativo es el de la región Suroriental que está conformado por los departamentos de Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa con un 36% de los ingresos totales.

Otro segmento primordial que integran el resto de segmentos es la región Norte conformado por Alta Verapaz y Baja Verapaz con un 32% de los ingresos totales, por el contrario, la región de Petén es la que menos aporta a los ingresos de la entidad con un 5%, esto obedece a que su volumen poblacional es escaso.

4.12 Estados financieros por segmentos

A continuación, se presenta un juego de estados financieros por segmentos de operación y uno de segmentos geográficos de la entidad por el período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2016.

4.12.1 Estados financieros por segmentos de operación

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A

Estado de Resultados por Segmentos de Operación

Del 01 de enero al 31 de diciembre 2016

Expresado en Quetzales

PT	E.1	
Realizado por:	GEP	09/04/2017
Revisado por:	MHV	16/04/2017

	Cola	Uva	Limon	Naranja	Resto de segmentos	Total
Ventas netas	186,877,934.70	93,438,967.35	62,292,644.90	161,960,876.74	118,356,025.31	622,926,449.00 C
Costo de ventas	(174,821,616.85)	(85,977,844.35)	(55,599,006.01)	(151,894,191.69)	(104,892,970.11)	(573,185,629.00)
Utilidad bruta	12,056,317.86	7,461,123.00	6,693,638.89	10,066,685.06	13,463,055.20	49,740,820.00
Gastos de operación	(2,045,113.44)	(2,045,113.44)	(2,556,391.80)	(1,533,835.08)	(8,862,158.24)	(17,042,612.00)
Gastos de ventas	(153,013.68)	(153,013.68)	(191,267.10)	(114,760.26)	(663,059.28)	(1,275,114.00)
Gastos de administración	(1,892,099.76)	(1,892,099.76)	(2,365,124.70)	(1,419,074.82)	(8,199,098.96)	(15,767,498.00)
Utilidad en operación	10,011,204.42	5,416,009.56	4,137,247.09	8,532,849.98	4,600,896.96	32,698,208.00
Otros ingresos y gastos financieros	(37,102.32)	(210,246.48)	(98,939.52)	(247,348.80)	(643,106.88)	(1,236,744.00)
Otros ingresos	91,862.37	520,553.43	244,966.32	612,415.80	1,592,281.08	3,062,079.00
Otros gastos	(128,964.69)	(730,799.91)	(343,905.84)	(859,764.60)	(2,235,387.96)	(4,298,823.00)
Utilidad del ejercicio	9,974,102.09	5,205,763.08	4,038,307.57	8,285,501.18	3,957,790.08	31,461,464.00 C
	AA.1	AA.1	AA.1	AA.1	AA.1	AA.1

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
 Estado de Situación Financiera Por Segmentos de Operación
 Al 31 de diciembre 2016
 Expresado en Quetzales

PT	E.2	
Realizado por:	GEP	15/04/2017
Revisado por:	MHV	16/04/2017

	Segmentos				Resto de segmentos	Total
	Cola	Uva	Limon	Naranja		
Activo						
No Corriente	40,364,768.24	19,486,439.84	17,050,634.86	39,146,865.75	29,055,673.69	145,104,382.38
Corriente	60,547,152.36	36,189,102.56	17,746,579.14	47,946,169.25	40,538,754.31	202,867,757.62
Total activo	100,911,920.60	55,675,542.40	34,797,214.00	86,993,035.00	69,594,428.00	347,972,140.00
Pasivo y Patrimonio						
Patrimonio	65,592,748.39	33,405,325.44	21,574,272.68	60,895,124.50	47,393,805.47	228,861,276.48
Capital pagado	42,635,286.45	22,047,514.79	14,886,248.15	40,799,733.42	32,102,169.78	152,470,952.58
Reservas de capital	9,838,912.26	4,676,745.56	2,804,655.45	6,089,512.45	9,139,488.26	32,549,313.98
Utilidades acumuladas	13,118,549.68	6,681,065.09	3,883,369.08	14,005,878.64	6,152,147.44	43,841,009.92
Pasivo						
No Corriente	15,136,788.09	11,135,108.48	4,175,665.68	13,048,955.25	9,186,464.50	52,682,982.00
Corriente	20,182,384.12	11,135,108.48	9,047,275.64	13,048,955.25	13,014,158.04	66,427,881.53
Total patrimonio y pasivo	100,911,920.60	55,675,542.40	34,797,214.00	86,993,035.00	69,594,428.00	347,972,140.00

BB.1

BB.1

BB.1

BB.1

BB.1

BB.1

BB.1

BB.1

BB.1

4.12.2 Estados financieros por segmentos geográficos

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
 Estado de Resultados por Segmentos de Geográficos
 Del 01 de enero al 31 de diciembre 2016
 Expresado en Quetzales

PT	F.1	
Realizado por:	GEF	18/04/2017
Revisado por:	MHV	22/04/2017

	Segmentos				Resto de segmentos	Total
	Metropolitano	Central	Nororiental	Suroccidental		
Ventas netas	161,960,875.00	155,731,615.00	93,438,970.00	74,751,175.00	137,043,814.00	622,926,449.00 D
Costo de ventas	(148,028,263.54)	(144,296,407.25)	(85,977,844.35)	(68,782,275.48)	(126,100,838.38)	(573,185,629.00)
Utilidad bruta	13,932,611.46	11,435,207.75	7,461,125.65	5,968,899.52	10,942,975.62	49,740,820.00
Gastos de operación	(3,408,521.00)	(3,067,670.00)	(2,897,245.00)	(2,215,540.00)	(5,453,636.00)	(17,042,612.00)
Gastos de ventas	(136,341.00)	(153,384.00)	(289,725.00)	(221,554.00)	(474,110.00)	(1,275,114.00)
Gastos de administración	(3,272,180.00)	(2,914,286.00)	(2,607,520.00)	(1,993,986.00)	(4,979,526.00)	(15,767,498.00)
Utilidad en operación	10,524,090.46	8,367,537.75	4,563,880.65	3,753,359.52	5,489,339.62	32,698,208.00
Otros ingresos y gastos financieros	(333,920.00)	(296,820.00)	(173,145.00)	(162,775.00)	(270,084.00)	(1,236,744.00)
Otros ingresos	826,761.00	734,899.00	428,690.00	403,020.00	668,709.00	3,062,079.00
Otros gastos	(1,160,681.00)	(1,031,719.00)	(601,835.00)	(565,795.00)	(938,793.00)	(4,298,823.00)
Utilidad del ejercicio	10,190,170.46	8,070,717.75	4,390,735.65	3,590,584.52	5,219,255.62	31,461,464.00 D
	AA.2	AA.2	AA.2	AA.2	AA.2	AA.2
	U	U	U	U	U	U

4.13 Análisis por medio de razones financieras sobre segmentos

A continuación, se presenta el análisis por medio de razones financieras en la información por segmentos de operación y segmentos geográficos, a través de las razones de solvencia, solidez, endeudamiento y margen de utilidad.

4.13.1 Análisis por medio de razones financieras sobre segmentos de operación

Razón Financieras de Segmentos de Operación

PT	G	
Realizado por:	GEP	22/04/2017
Revisado por:	MHV	29/04/2017

Segmento	Solvencia	Solidez	Endeudamiento	Margen de Utilidad
Bebida de Cola	3.00	2.86	0.35	0.05
Bebida de Uva	3.25	2.50	0.40	0.06
Bebida de Limón	1.96	2.63	0.38	0.06
Bebida de Naranja	3.67	3.33	0.30	0.05
Resto de segmentos	3.11	3.13	0.32	0.03
Total	3.05	2.92	0.34	0.05

G.1

G.2

G.3

G.4

• Razón de solvencia

Razón Financiera Solvencia

PT	G.1	
Realizado por:	GEP	23/04/2017
Revisado por:	MHV	30/04/2017

Segmento	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Razón
Bebida de Cola	Q 60,547,152.36	Q 20,182,384.12	3
Bebida de Uva	Q 36,189,102.56	Q 11,135,108.48	3.25
Bebida de Limón	Q 17,746,579.14	Q 9,047,275.64	1.96
Bebida de Naranja	Q 47,846,169.25	Q 13,048,955.25	3.67
Resto de segmentos	Q 40,538,754.31	Q 13,014,158.04	3.11
Total	Q 202,867,757.62	Q 66,427,881.53	3.05

E.2

E.2

G

Al realizar el análisis de solvencia sobre las cifras que presentan los principales segmentos, se observa que la empresa cuenta con más de Q 3.00 de derechos para cubrir Q 1.00 de obligación en los segmentos de Bebida de Cola, Uva y Naranja; el equilibrio de esta prueba es Q 1.00 de derechos por Q 1.00 de obligación es por ello que se considera que la empresa puede cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus bienes disponibles. Los productos agrupados bajo el concepto de Bebida de Limón presentan un grado de solvencia deficiente razón por la cual la entidad debe considerar buscar alternativas de solución.

• **Razón de solidez**

Razón Financiera Solidez	PT	G.2	
	Realizado por:	GEP	25/04/2017
	Revisado por:	MHV	30/04/2017

Segmento	Total Activo	Total Pasivo	Razón
Bebida de Cola	Q 100,911,921	Q 35,319,172	2.86
Bebida de Uva	Q 55,675,542	Q 22,270,217	2.50
Bebida de Limón	Q 34,797,214	Q 13,222,941	2.63
Bebida de Naranja	Q 86,993,035	Q 26,097,911	3.33
Resto de segmentos	Q 69,594,428	Q 22,200,623	3.13
Total	Q 347,972,140.00	Q 119,110,864	2.92
	E.2 ☺	E.2 ☺	G ☺

Al realizar el análisis de solidez en general de la empresa, se observa que cuenta con más de Q 1.00 de derechos para cubrir Q 1.00 de obligación; el equilibrio de esta prueba es Q 1.00 de derechos por Q 1.00 de obligación es por ello que se considera a la empresa solida respecto a todos los segmentos, cabe mencionar que el segmento de Bebida de Naranja es el que presenta mayor solidez con Q.3.33. Los productos agrupados bajo el concepto "resto

de segmentos” presentan un grado de solidez bueno y aceptable, por encima de lo esperado.

- **Razón de endeudamiento**

**Razón Financiera
Endeudamiento**

PT	G.3	
Realizado por:	GEP	26/04/2017
Revisado por:	MHV	30/04/2017

Segmento	Total Pasivo	Total Activo	Razón
Bebida de Cola	Q 35,319,172	Q 100,911,921	0.35
Bebida de Uva	Q 22,270,217	Q 55,675,542	0.40
Bebida de Limón	Q 13,222,941	Q 34,797,214	0.38
Bebida de Naranja	Q 26,097,911	Q 86,993,035	0.30
Resto de segmentos	Q 22,200,623	Q 69,594,428	0.32
Total	Q 119,110,864	Q 347,972,140.00	0.34

E.2 ☺
E.2 ☺
G ☺

La empresa tiene comprometido en sus segmentos principales parte de sus activos totales que va desde 30%, 35%, 38% y 40% (Bebida de Naranja, Cola, Limón y Uva respectivamente) para cubrir sus obligaciones de financiamiento con terceros, sin embargo, en los productos que se encuentran agrupados como “Restos de segmentos” cuentan con un grado de endeudamiento razonable del el 32% de sus activos.

El nivel de endeudamiento de los segmentos es considerado razonable, ya que únicamente se les ha invertido lo necesario para mantener sus obligaciones, lo que ocasiona que la empresa se encuentre libre de riesgos con respecto a los pagos financieros hacia terceras personas.

• Razón de margen de utilidad

Razón Financiera
Margen de Utilidad

PT	G.4	
Realizado por:	GEP	27/04/2017
Revisado por:	MHV	30/04/2017

Segmento	Utilidad	Ventas	Razón
Bebida de Cola	Q 9,974,102	Q 186,877,935	0.05
Bebida de Uva	Q 5,205,763	Q 93,438,967	0.06
Bebida de Limón	Q 4,038,308	Q 62,292,645	0.06
Bebida de Naranja	Q 8,285,501	Q 161,960,877	0.05
Resto de segmentos	Q 3,957,790	Q 118,356,025	0.03
Total	Q 31,461,464	Q 622,926,449	0.05

E.1

E.1

G

Se determinó por medio de éste indicador que la compañía reporta por cada Q 1.00 vendido el 5% de ganancia; este porcentaje equivale a un beneficio ya que se comparó con otras compañías dentro de la industria, indicándose que la empresa es más rentable y es mejor en el control de costes que sus competidores.

4.13.2 Análisis por medio de razones financieras sobre segmentos geográficos

Razón Financieras de Segmentos de Geográficos

PT	H	
Realizado por:	GEP	02/05/2017
Revisado por:	MHV	06/05/2017

Segmento	Solvencia	Solidez	Endeudamiento	Margen de Utilidad
Metropolitano	3.30	3.00	0.33	0.06
Central	3.18	3.02	0.33	0.05
Nororiental	2.91	3.38	0.30	0.05
Suroccidental	3.19	2.72	0.37	0.05
Resto de segmentos	2.36	2.28	0.44	0.04
Total	3.05	2.92	0.34	0.05

H.1

H.2

H.3

H.4

- Razón de solvencia

Razón Financiera
Solvencia

PT	H.1	
Realizado por:	GEP	03/05/2017
Revisado por:	MHV	06/05/2017

Segmento	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Razón
Metropolitano	Q 65,786,453.00	Q 19,928,364.30	3.30
Central	Q 54,847,665.00	Q 17,271,249.06	3.18
Nororiental	Q 23,182,770.00	Q 7,971,345.72	2.91
Suroccidental	Q 33,927,283.00	Q 10,628,460.96	3.19
Resto de segmentos	Q 25,123,587.00	Q 10,628,460.96	2.36
Total	Q 202,867,758.00	Q 66,427,881.00	3.05

F.2 ☺

F.2 ☺

H ☺

Al realizar el análisis de solvencia sobre las cifras que presentan los principales segmentos, se observa que la empresa cuenta con más de Q 3.00 de derechos para cubrir Q 1.00 de obligación en los segmentos Metropolitano, Central y Suroccidental; el equilibrio de esta prueba es Q 1.00 de derechos por Q 1.00 de obligación es por ello que la empresa puede cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus bienes disponibles. Los productos agrupados bajo el segmento Nororiental presentan un grado de solvencia por debajo de la solvencia general, por la cual deben considerar buscar alternativas de solución.

- Razón de solidez

Razón Financiera Solidez	PT	H.2	
	Realizado por:	GEP	03/05/2017
	Revisado por:	MHV	06/05/2017

Segmento	Total Activo	Total Pasivo	Razón
Metropolitano	Q 132,229,413.00	Q 44,036,535.79	3.00
Central	Q 86,993,035.00	Q 28,793,350.06	3.02
Nororiental	Q 48,716,103.00	Q 14,423,722.73	3.38
Suroccidental	Q 45,236,378.00	Q 16,619,953.45	2.72
Resto de segmentos	Q 34,797,211.00	Q 15,237,300.96	2.28
Total	Q 347,972,140.00	Q 119,110,863.00	2.92

F.2 ☺

F.2 ☺

H ☺

Al realizar el análisis de solidez sobre las cifras que presentan los principales segmentos geográficos de la empresa, se observó que la empresa es sólida en tres regiones con más de Q 3.00 para cubrir Q 1.00 de obligación, como se mostró en la cédula H.2; el equilibrio de esta prueba es Q 1.00 de derechos por Q 1.00 de obligación es por ello que se considera a la empresa solida respecto a todos los segmentos.

Con respecto al resto de segmentos cuenta con un grado de solidez deficiente pues casi tiene totalmente comprometido sus activos regionales, esto quiere decir que la mayoría de ingresos generados por este segmento está siendo subsidiado por financiamiento de terceros, debiéndose analizar por parte de la administración esta situación y proponer alternativas para mejorar la región más baja.

- Razón de endeudamiento

Razón Financiera Endeudamiento	PT	H.3	
	Realizado por:	GEP	04/05/2017
	Revisado por:	MHV	06/05/2017

Segmento	Total Pasivo	Total Activo	Razón
Metropolitano	Q 44,036,535.79	Q 132,229,413.00	0.33
Central	Q 28,793,350.06	Q 86,993,035.00	0.33
Nororiental	Q 14,423,722.73	Q 48,716,103.00	0.30
Suroccidental	Q 16,619,953.45	Q 45,236,378.00	0.37
Resto de segmentos	Q 15,237,300.96	Q 34,797,211.00	0.44
Total	Q 119,110,863.00	Q 347,972,140.00	0.34

F.2 ☺

F.2 ☺

H ☺

El nivel de endeudamiento a nivel general en materia de regiones se encuentra en un nivel promedio. La empresa tiene comprometido en sus segmentos principales una parte de sus activos que va desde 30% a un 44% para cubrir sus obligaciones de financiamiento con terceros, sin embargo, en los productos que se encuentran agrupados como "Restos de segmentos" cuentan con el 44%, grado de endeudamiento alto en comparación a las otras regiones.

El nivel de endeudamiento de los segmentos es considerado razonable, ya que únicamente se les ha invertido lo necesario para mantener sus obligaciones, lo que ocasiona que la empresa se encuentre libre de riesgos con respecto a los pagos financieros hacia terceras personas; pero no obstante deberá implementar estrategias de publicidad para promocionar los productos (ya que actualmente la competencia es alta), y así obtener mayor clientela que permita incrementar los ingresos y cancelar los préstamos adquiridos.

- Razón de margen de utilidad

Razón Financiera
Margen de Utilidad

PT	H.4	
Realizado por:	GEP	05/05/2017
Revisado por:	MHV	06/05/2017

Segmento	Utilidad	Ventas	Razón
Metropolitano	Q 10,190,170.46	Q161,960,875.00	0.06
Central	Q 8,070,717.75	Q155,731,615.00	0.05
Nororiental	Q 4,390,735.65	Q 93,438,970.00	0.05
Suroccidental	Q 3,590,584.52	Q 74,751,175.00	0.05
Resto de segmentos	Q 5,219,255.62	Q137,043,814.00	0.04
Total	Q 31,461,464.00	Q622,926,449.00	0.05

F.1 ☺

F.1 ☺

H ☺

Se determinó por medio de éste indicador que la compañía reporta por cada Q 1.00 vendido el 5% de ganancia; este porcentaje equivale a un beneficio ya que al compararse con otras compañías dentro de la industria, se indicó que la empresa es más rentable y es mejor en el control de costes que sus competidores. El segmento Metropolitano es el que mayores beneficios presenta con un 6%, debido que es la región donde más productos son distribuidos, ya que se da la mayor afluencia de comercio de bebidas gaseosas.

4.14 Análisis vertical de segmentos

4.14.1 Segmentos de operación

El resultado del análisis vertical de la cartera de productos en una empresa de bebidas gaseosa es otra forma de interpretar la información financiera con un grado de detalle más minucioso y analítico, ya que, por medio de éste, puede observarse la participación relacionados con el cien por ciento de los ingresos, costos, gastos y resultados individuales de los segmentos de operación.

A continuación, se presentan el estado de situación financiera y estado de resultados indicando el aporte expresado en porcentaje con el que cada segmento contribuye a la utilidad final, deduciendo los costos y gastos en los que incurrren, para un análisis confiable, previo a la toma de decisiones por parte de los propietarios.

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
Estado de Resultados por Segmentos de Operación

Análisis Vertical

Del 01 de enero al 31 de diciembre 2016

Expresado en Quetzales

PT	I.1	
Realizado por:	GEP	07/05/2017
Revisado por:	MHV	11/05/2017

	Total	%	Cola	%	Uva	%	Limon	%	Naranja	%	Resto de segmentos	%
Ventas netas	622,926,449.00	100	186,877,934.70	30	93,438,967.35	15	62,292,644.90	10	161,960,876.74	26	118,356,025.31	19
Costo de ventas	(573,185,629.00)	(92.01)	(174,821,616.85)	(28.06)	(85,977,844.35)	(13.80)	(55,599,006.01)	(8.93)	(151,894,191.69)	(24.38)	(104,892,970.11)	(16.84)
Utilidad bruta	49,740,820.00	7.99	12,056,317.86	1.94	7,461,123.00	1.20	6,693,638.89	1.07	10,066,685.06	1.62	13,463,055.20	2.16
Gastos de operación												
Gastos de ventas	(1,275,114.00)	0.00	(153,013.68)	(0.02)	(153,013.68)	(0.02)	(191,267.10)	(0.03)	(114,760.26)	(0.02)	(663,059.28)	(0.11)
Gastos de administración	(15,767,498.00)	(2.53)	(1,892,099.76)	(0.30)	(1,892,099.76)	(0.30)	(2,365,124.70)	(0.38)	(1,419,074.82)	(0.23)	(8,199,098.96)	(1.32)
Utilidad en operación	32,698,208.00	5.25	10,011,204.42	1.61	5,416,009.56	0.87	4,137,247.09	0.66	8,532,849.98	1.37	4,600,896.96	0.74
Otros ingresos y gastos financieros												
Otros ingresos	3,062,079.00	0.49	91,862.37	0.01	520,553.43	0.08	244,966.32	0.04	612,415.80	0.10	1,592,281.08	0.26
Otros gastos	(4,298,823.00)	(0.69)	(128,964.69)	(0.02)	(730,799.91)	(0.12)	(343,905.84)	(0.06)	(859,764.60)	(0.14)	(2,235,387.96)	(0.36)
Utilidad del ejercicio	31,461,464.00	5.05	9,974,102.09	1.60	5,205,763.08	0.84	4,038,307.57	0.65	8,285,501.18	1.33	3,957,790.08	0.64
	E.1 U		E.1 U		E.1 U		E.1 U		E.1 U		E.1 U	

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
 Estado de Situación Financiera Por Segmentos de Operación
 Análisis Vertical
 Al 31 de diciembre 2016
 Expresado en Quetzales

PT	I.2	
Realizado por.	GEP	09/05/2017
Revisado por.	MHV	11/05/2017

	Total			Segmentos					Resto de segmentos			
	%	Cola	%	Uva	%	Limon	%	Naranja	%	Resto de segmentos	%	
Activo												
No Corriente	145,104,382.38	41.70	40,364,768.24	11.60	19,486,439.84	5.60	17,050,634.86	4.90	39,146,865.75	11.25	29,055,673.69	8.35
Corriente	202,867,757.62	58.30	60,547,152.36	17.40	36,189,102.56	10.40	17,746,579.14	5.10	47,846,169.25	13.75	40,538,754.31	11.65
Total activo	347,972,140.00	100	100,911,920.60	29	55,675,542.40	16	34,797,214.00	10	86,993,035.00	25	69,594,428.00	20
Pasivo y Patrimonio												
Patrimonio	228,861,276.48	65.77	65,592,748.39	18.85	33,405,325.44	9.60	21,574,272.68	6.20	60,895,124.50	17.50	47,393,805.47	13.62
Capital pagado	152,470,952.58	43.82	42,635,286.45	12.25	22,047,514.79	6.34	14,886,248.15	4.28	40,799,733.42	11.73	32,102,169.78	9.23
Reservas de capital	32,549,313.98	9.35	9,838,912.26	2.83	4,676,745.56	1.34	2,804,655.45	0.81	6,089,512.45	1.75	9,139,488.26	2.63
Utilidades acumuladas	43,841,009.92	12.60	13,118,549.68	3.77	6,681,065.09	1.92	3,883,369.08	1.12	14,005,878.64	4.03	6,152,147.44	1.77
Pasivo												
No Corriente	52,682,982.00	15.14	15,136,788.09	4.35	11,135,108.48	3.20	4,175,665.68	1.20	13,048,955.25	3.75	9,186,464.50	2.64
Corriente	66,427,881.53	19.09	20,182,384.12	5.80	11,135,108.48	3.20	9,047,275.64	2.60	13,048,955.25	3.75	13,014,158.04	3.74
Total patrimonio y pasivo	347,972,140.00	100	100,911,920.60	29	55,675,542.40	16	34,797,214.00	10	86,993,035.00	25	69,594,428.00	20

En el análisis vertical sobre los estados financieros, puede observarse que del 100% de los ingresos el 30% es originado por segmento de bebida cola convirtiéndose este en el más fuerte de los segmentos, ya que es el más aportativo a las operaciones de la empresa, esto se debe a que la aceptación del producto a nivel nacional ha sido alta, la calidad de los ingredientes con que se elabora le da un distinguido sabor único y el precio que se le ha fijado ha sido aceptable, un 25% los contribuyen la bebida sabor a uva y sabor a limón, un 26% el segmento de bebida naranja y el 19% restante se origina por el resto de segmentos (3 productos), respecto a sus costos y gastos están relacionados al volumen de ingresos de cada segmento, lo que requiere prestar mayor atención a dicho grupo de segmentos, ya que puede existir uno que esté generando un porcentaje alto de utilidad y se posicione en un segmento rentable para los ingresos totales de la empresa, aún más alto que los cuatro segmentos más significativo hasta el momento.

El costo de venta total es equivalente al 92% del total de ingresos dejando un margen bruto de utilidad de 8% antes de gastos operativos, los gastos de operación en que incurrió la compañía son equivalente al 2.53% del total de ingresos determinándose que la mayoría corresponde a gastos administrativos.

La utilidad de la compañía para el período 2016 es equivalente a Q.31,461,464.00 representado por el 5.05% del total de las ventas. Los segmentos más rentables resultan ser para la compañía la bebida sabor a cola, uva, limón y naranja que contribuyen con el 4.42% de la utilidad total.

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

4.14.2 Segmentos geográficos

A continuación, se presenta el análisis vertical en porcentajes integrales por segmentos geográficos:

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
 Estado de Resultados por Segmentos Geográficos
 Análisis Vertical
 Del 01 de enero al 31 de diciembre 2016
 Expresado en Quetzales

PT	J.1	
Realizado por:	GEP	12/05/2017
Revisado por:	MHV	14/05/2017

	Total	%	Metropolitano	%	Central	%	Nororiental	%	Suroccidental	%	Resto de segmentos	%
Ventas netas	622,926,449.00	100	161,960,875.00	26	155,731,615.00	25	93,438,970.00	15	74,751,175.00	12	137,043,814.00	22
Costo de ventas	(573,185,629.00)	(92.01)	(148,028,263.54)	(23.76)	(144,296,407.25)	(23.16)	(85,977,844.35)	(13.80)	(68,782,275.48)	(11.04)	(126,100,838.38)	(20.24)
Utilidad bruta	49,740,820.00	7.99	13,932,611.46	2.24	11,435,207.75	1.84	7,461,125.65	1.20	5,968,899.52	0.96	10,942,975.62	1.76
Gastos de operación	(17,042,612.00)		(3,408,521.00)		(3,067,670.00)		(2,897,245.00)		(2,215,540.00)		(5,453,636.00)	
Gastos de ventas	(1,275,114.00)	0.00	(136,341.00)	(0.02)	(153,384.00)	(0.02)	(289,725.00)	(0.05)	(221,554.00)	(0.04)	(474,110.00)	(0.08)
Gastos de administración	(15,767,498.00)	(2.53)	(3,272,180.00)	(0.53)	(2,914,286.00)	(0.47)	(2,607,520.00)	(0.42)	(1,993,986.00)	(0.32)	(4,979,526.00)	(0.80)
Utilidad en operación	32,698,208.00	5.25	10,524,090.46	1.69	8,367,537.75	1.34	4,563,880.65	0.73	3,753,359.52	0.60	5,489,339.62	0.88
Otros ingresos y gastos financieros	(1,236,744.00)		(333,920.00)		(296,820.00)		(173,145.00)		(162,775.00)		(270,084.00)	
Otros ingresos	3,062,079.00	0.49	826,761.00	0.13	734,889.00	0.12	428,690.00	0.07	403,020.00	0.06	668,709.00	0.11
Otros gastos	(4,298,823.00)	(0.69)	(1,160,681.00)	(0.19)	(1,031,719.00)	(0.17)	(601,835.00)	(0.10)	(565,795.00)	(0.09)	(938,793.00)	(0.15)
Utilidad del ejercicio	31,461,464.00	5.05	10,190,170.46	1.64	8,070,717.75	1.30	4,390,735.65	0.70	3,590,584.52	0.58	5,219,255.62	0.84
	F.1		F.1		F.1		F.1		F.1		F.1	
	U		U		U		U		U		U	

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
Estado de Situación Financiera Por Segmentos Geográficos
Análisis Vertical
Al 31 de diciembre 2016
Expresado en Quetzales

PT	J.2	
Realizado por:	GEP	13/05/2017
Revisado por:	MHV	14/05/2017

	Total	Segmentos				Resto de						
		%	Metropolitano	%	Central	%	Nororiental	%	Suroccidental	%	segmentos	%
Activo												
No Corriente	145,104,382.38	41.70	66,442,960.00	19.09	32,145,370.00	9.24	25,533,333.00	7.34	11,309,095.00	3.25	9,673,624.00	2.78
Corriente	202,867,757.62	58.30	65,786,453.00	18.91	54,847,665.00	15.76	23,182,770.00	6.66	33,927,283.00	9.75	25,123,587.00	7.22
Total activo	347,972,140.00	100	132,229,413.00	38	86,993,035.00	25	48,716,103.00	14	45,236,378.00	13	34,797,211.00	10
Pasivo y Patrimonio												
Patrimonio	228,861,276.48	65.77	81,648,217.08	23.46	59,360,104.75	17.06	33,241,660.98	9.55	30,867,254.33	8.87	23,744,039.85	6.82
Capital pagado	152,470,952.58	43.82	54,395,315.96	15.63	39,546,628.02	11.36	22,146,113.18	6.36	20,564,246.10	5.91	15,818,649.90	4.55
Reservas de capital	32,549,313.98	9.35	11,612,246.03	3.34	8,442,366.15	2.43	4,727,725.36	1.36	4,390,030.30	1.26	3,376,946.18	0.97
Utilidades acumuladas	43,841,009.92	12.60	15,640,655.11	4.49	11,371,110.89	3.27	6,367,822.53	1.83	5,912,977.53	1.70	4,548,443.98	1.31
Pasivo												
No Corriente	52,682,982.00	15.14	24,108,171.49	6.93	11,522,101.00	3.31	6,452,377.01	1.85	5,991,492.50	1.72	4,608,840.00	1.32
Corriente	66,427,881.53	19.09	19,928,364.30	5.73	17,271,249.06	4.96	7,971,345.72	2.29	10,628,460.96	3.05	10,628,460.96	3.05
Total patrimonio y pasivo	347,972,140.00	100	125,684,752.87	36	88,153,454.81	25	47,665,383.71	14	47,487,207.79	14	38,981,340.82	11.202
	F.2 V		F.2 V		F.2 V		F.2 V		F.2 V		F.2 V	F.2 V

Los principales segmentos geográficos son: región Metropolitana, región Central, región Nororiental y región Suroccidental en orden de importancia. A través de los estados financieros anteriores puede observarse que del 100% de los ingresos totales de la empresa, el 26% es originado por la región metropolitana y el 25% a la región central, convirtiéndose en las regiones más fuerte y aportativas actualmente, esto debido a que son las regiones más urbanizada y con un alto índice de comercios y turismo, en donde el empleo de los productos que la empresa elabora encuentran mayor posibilidad de adquisición; tomando en cuenta que los gastos y costos son proporcionalmente menores en comparación con las demás regiones, debido a las ubicaciones de estos (Guatemala, Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla) la distribución no requiere de incurrir en gastos mayores, así mismo los productos han sido de gran aceptación en el mercado nacional. Finalmente se observa que del 5.05% de ganancia total de la empresa, el 1.64% proviene de la región metropolitana y el 1.30% de la región central, confirmando ser estas las más relevantes.

Las regiones nororiental y suroccidental se consideran intermedias con una aportación total a los ingresos generales de la empresa del 15% en la región nororiental y el 12% en la región suroccidental, debe observarse que a pesar de ser las regiones consideradas como intermedias en importancia, sus aportaciones a los ingresos totales son aceptables, quiere decir que los productos están teniendo gran aprobación en los distintos departamentos de la República guatemalteca. Los costos en la región nororiental tienden a incrementarse del 23% en relación a la región suroccidental 13%.

Apreciándose que la mayoría de las regiones generan ingresos de una forma aceptable y así mismo de las agrupadas en resto de segmentos que provee

un 22% de ingresos del total de la empresa, como consecuencia a que los costos de ventas son elevados del 20%, quedando un margen de utilidad bruta del 0.84%; lo anterior se debe a que los productos se han querido introducir en las tiendas de aldeas recónditas porque la empresa ha creado diversas presentaciones a precios más accesibles, para posicionarse al alcance de la población más lejana.

4.15 Cédula de marcas de auditoría

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A
Cédula de marcas de auditoría
Al 31 de diciembre 2016

PT	K	
Realizado por:	GEP	5/10/2017
Revisado por:	MHV	5/14/2017

Marca	Descripción
∪	Viene de la cédula
∩	Va a la cédula
∧	Sumado y verificado
CPC	Copia Proporcionada por Contabilidad

4.16 Informe final

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A.

Informe del análisis de la información financiera por segmentos

Año terminado al 31 de diciembre de 2016

Velásquez & Asociados, CPA

Guatemala, 31 de mayo de 2017

Licenciado

Edwin Daniel Carrera Mérida

Gerente General

Empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A.

Guatemala

Respetable Lic. Carrera

En relación con el análisis de la información financiera por segmentos, por el año terminado el 31 de diciembre de 2016, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, cuyo propósito es evaluar la rentabilidad de los segmentos de operación y geográficos, a través del estado de situación financiera y el estado de resultados por segmentos, se identificaron los segmentos de operación y segmentos geográficos rentables y no rentables de la empresa, para la toma de decisiones de carácter económico y de negocios, en el incremento y estabilización de la rentabilidad de los mismos, derivado de lo anterior se presenta un informe con el análisis de estos.

Como todo diagnóstico, este recoge los hallazgos observados para exponer los aspectos positivos y negativos, e identificar y definir adecuadamente los problemas existentes que deben superarse para planear y diseñar procedimientos y métodos que permitan una planeación y control de los segmentos en forma más eficiente, ágil, adecuada y oportuna.

Les exhortamos a que lean este informe, el cual contiene las recomendaciones indicadas. El informe es solo para uso de la gerencia y no debe ser utilizado para otros propósitos.

Se agradece la colaboración brindada por el personal de la empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha S.A., así mismo nos ofrecemos para cualquier aclaración adicional sobre el contenido del presente informe.

Atentamente,



~~Merlin Velásquez~~

Merlin Herlinda Velásquez

Socia directora

Velásquez & Asociados, CPA

4.16.1 Resumen de hallazgos

Se concluye el trabajo de análisis de la información financiera por segmentos y a continuación se emite un resumen de los hallazgos que se observaron durante el curso del trabajo, así como nuestras sugerencias para fortalecimiento de los mismos.

Hallazgo No.1

Los segmentos de operación menos rentables son: bebida roja y bebida manzana.

Causa:

Los segmentos de operación son menos rentables porque presentan porcentajes menores de ingresos del 5% y 6% y de utilidad del 4% y 2% respectivamente.

Efecto:

La empresa incurre en flujos de efectivo que no tendrán ningún margen de rentabilidad en la comercialización de los productos.

Recomendación:

Evaluar la eliminación de las líneas y la posibilidad de fabricar y distribuir otras líneas de productos de aceptación general y de demanda en crecimiento, cuidando mantener un adecuado control de los costos y gastos que puedan generar.

Hallazgo No.2

Los segmentos geográficos menos rentables son: región Norte, Suroriental, Noroccidental y Petén.

Causa:

Presentación de menores porcentajes de ingresos del 7%, 8%, 6%, 1% y de utilidad del 6%, 5%, 5% y 0.5% respectivamente.

Efecto:

Ineficiencia de los segmentos, lo que provoca una disminución de la rentabilidad obtenida por los otros segmentos.

Recomendación:

Llevar a cabo un estudio estadístico y determinar el nivel de aceptación de los productos. También crear nuevos incentivos con el fin de motivar a los consumidores y a los vendedores de la entidad en implementar una estrategia que le permita captar más clientes para elevar las ventas, si fuera necesario incrementar la inversión publicitaria y evaluar resultados a corto plazo para obtener la eficiencia en éstos segmento y así lograr el nivel económico y financiero que la empresa desea.

Hallazgo No.3

Concentración mayor de ingresos y de utilidad en los segmentos geográficos de las regiones metropolitana y central, así también como de los segmentos de operación de bebida sabor a cola y naranja.

Causa:

Contribución de ingresos del 26% y 25% de la región metropolitana y central, así como el 30% y 26% de la bebida cola y naranja. Contribución de utilidades 32% y 26% de la región metropolitana y central, así también del 32% y 26% de la bebida cola y naranja.

Efecto:

Equilibrio de los segmentos de operación en las ventas regionales, debido a que los costos y gastos de la región se ven influidos por el costo de los productos que se venden en la misma.

Recomendación:

Realizar estudios de mercadeo sobre consumo de bebidas, para mejorar su cobertura geográfica, expandiendo su comercio hacia otros departamentos que podrían representar resultados positivos para la entidad; y seguir apoyando el mercado de las regiones más rentables, ya que es donde existen los clientes mayoritarios, las mejores fuentes de empleo, la mayor cantidad de población y como consecuencia la mayor demanda de productos.

Mejorar sus programas de incentivos tanto hacia sus clientes, como a sus propios vendedores, así como apoyar el crecimiento económico de estas zonas mejorando la eficiencia operativa y proyectos publicitarios para dar a conocer sus productos.

Hallazgo No.4

Potencialidad del segmento de operación “agua purificada”.

Causa:

Presentación de un margen de ingresos del 8%, así mismo es la bebida preparada que llega al consumidor con la garantía de pureza y calidad, manteniendo su sabor neutro y sus niveles de mineralización; siendo un líquido vital imprescindible en todas las manifestaciones de la vida humana como bebida, para la preparación de alimentos, y para propósitos de higiene.

Efecto:

Lograr pasar la prueba de ingresos del 10% de los umbrales cuantitativos, convirtiéndose en un segmento más de la empresa para poder ser explotado y donde la misma podría ser líder en el mercado de esta bebida.

Recomendación:

Considerar en invertir e impulsar un mercado masivo sobre este segmento, a través de campañas de publicidad e innovar en nuevas presentaciones de diseños exclusivos de empaque que pueden aportar a la entidad una verdadera identidad y ayudar a conectarse con los consumidores locales; ya que estos reclaman diferentes productos, así como piden formas y tamaños de botellas variados que sean atractivos y que les brinden mayor comodidad.

CONCLUSIONES

1. Los efectos de omitir la presentación de información financiera por segmentos según la Norma Internacional de Información Financiera, Segmento de Operación (NIIF 8) son que la empresa no identifique los segmentos rentables y no rentables en la venta de sus productos y la toma inadecuada de las decisiones de negocio para mejorar los ingresos reales; ya que la empresa objeto de estudio no presenta dicha información y por consiguiente no cuenta con información específica que le permita evaluar el comportamiento de los productos y regiones tanto en forma individual como a nivel global, por lo que se confirma la hipótesis planteada en el plan de investigación.
2. De acuerdo al análisis de segmentación de la información de la empresa de Bebidas Gaseosas se determinó que los segmentos de operación más rentables son: bebida cola, uva, limón y naranja; debido a que actualmente son productos de consumo popular, por su sabor y sus presentaciones, tal como se muestra en la cedula C.1, C.2, C.3 y C.4; mientras que los segmentos menos rentables son la bebida roja y manzana según cedula C.5.
3. Los segmentos geográficos más rentables son: región Metropolitana, Central, Suroccidental y Nororiental; debido a que son las regiones más urbanizada y con un alto índice de comercios y turismo, en donde el empleo de los productos que la empresa elabora encuentran mayor posibilidad de adquisición, según la cedula D.1, D.2, D.3 y D4; tomando en cuenta que los gastos y costos son proporcionalmente menores en comparación con las demás regiones, debido a las ubicaciones de estos

la distribución no requiere de incurrir en gastos mayores; mientras que los segmentos menos rentables son la región Norte, Suroriental, Noroccidental y Petén.

4. La aplicación del análisis vertical de porcentos integrales en los segmentos de operación y geográficos considerados individualmente, tal como se muestra en la cedula de trabajo I.1, I.2, J.1 y J.2 es importante para las empresas, debido a que por medio del mismo se puede medir la relación porcentual de los ingresos, gastos y utilidad de cada producto o región y tomar decisiones oportunas y adecuadas que contribuyan al incremento de rentabilidad de los mismos.

RECOMENDACIONES

1. Que la empresa de Bebidas Gaseosas Maranatha, S.A., aplique en su información financiera los lineamientos que dicta la Norma Internacional de Información Financiera, Segmento de Operación (NIIF 8), para identificar los productos rentables y no rentables, así como la toma de decisiones en la evaluación de la naturaleza y repercusiones financieras de las actividades que desarrolla y de los entornos económicos en los que opera, para que estas decisiones estén respaldadas por información suficiente y competente.
2. Que la gerente de mercadeo impulse los productos a los mercados potenciales por medio de campañas de publicidad para mantener la competitividad en el mercado de las bebidas gaseosas; así mismo, agilice el desarrollo de nuevos productos, teniendo en cuenta los constantes cambios en el mercado para poder tener estabilidad y crecimiento en los diferentes segmentos de operación.
3. Que la gerente de mercadeo estratifique las necesidades de los mercados geográficos, por medio de investigaciones de mercadeo, así mismo impulsar servicios que se adecuen con las necesidades del mismo, a través de una plataforma de comunicación constante con el consumidor para mantener la estabilización de los segmentos geográficos.
4. Que el gerente financiero y su equipo de trabajo aplique en todo análisis financiero, el método de análisis vertical de porcentajes integrales en los segmentos de operación y geográficos, para establecer detalladamente los porcentajes que representan los ingresos, costos, gastos y utilidades de cada producto o región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 Asamblea Nacional Constituyente, Acuerdo Legislativo No. 18-93, Constitución Política de la República De Guatemala, 79 páginas.
- 2 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No 2-70, Código de Comercio, 1970, 150 páginas.
- 3 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 6-91, Código Tributario, 1991, 71 páginas.
- 4 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 9-2002, Ley del Impuesto Específico Sobre La Distribución de Bebidas Gaseosas, Bebidas Isotónicas o Deportivas, Jugos y Néctares, Yogures, Preparaciones Concentradas o en Polvo para la Elaboración de Bebidas y Agua Natural Envasada, 2002, 8 páginas.
- 5 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 10-2012, Ley de Actualización Tributaria y sus reformas, 2012, 79 páginas.
- 6 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 1441, Código de Trabajo y sus reformas, 1961, 167 páginas
- 7 Congreso de la República de Guatemala, Decreto 15-98, Ley del Impuesto Único Sobre Inmuebles, 1998, 11 páginas.
- 8 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 27-92, Ley del Impuesto al Valor Agregado y sus reformas, 53 páginas.

- 9 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 73-2008, Ley del Impuesto de Solidaridad, 2008, 6 páginas.
- 10 Congreso de la República de Guatemala, Decreto No. 90-97, Código de Salud, 1997, 50 páginas.
- 11 Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), Marco Conceptual para la Información Financiera, versión 2015, 72 páginas.
- 12 Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), Norma Internacional de Contabilidad No. 1 (NIC 1), Presentación de Estados Financieros, versión 2011, 25 páginas.
- 13 Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), Norma Internacional de Contabilidad No. 7 (NIC 7), Estado de Flujos de Efectivo, versión 2011, 10 páginas.
- 14 Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), Norma Internacional de Información Financiera No. 8 (NIIF 8), Segmentos de Operación, versión 2011, 10 páginas.
- 15 Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESBA), Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad, 2014, 185 páginas.
- 16 Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A. C. (CINIF), Norma de Información Financiera A-1, Estructura de las Normas de Información Financiera, versión 2009, 25 páginas

- 17 Organismo Ejecutivo, Acuerdo Gubernativo No. 33-2016, Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional y sus reformas, 2016, 133 páginas.
- 18 Organismo Ejecutivo, Acuerdo Gubernativo No. 969-99 Reglamento para la Inocuidad de los Alimentos, 1999, 21 páginas.
- 19 Pérez López Juan Carlos, Análisis financiero para la toma de decisiones, en una empresa maquiladora dedicada a la confección de prendas de vestir, 2010, 93 páginas.
- 20 Quijano, Santiago. Dirección de recursos humanos y consultoría en las organizaciones. Icaria Editorial, 2006, 435 páginas.
- 21 Román Ana Patricia, Diseño de un sistema de administración de inventarios en una empresa dedicada a la producción y distribución de bebidas gaseosas, 2011, 196 páginas.