

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**“EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS EN UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA
CONSTRUCCIÓN”**

TESIS

PRESENTADA A LA JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

POR:

ANGÉLICA MARGARITA AGUILAR CARRERA

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

CONTADORA PÚBLICA Y AUDITORA

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADA

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2018

**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 18 y 19 del Reglamento de Examen Técnico Profesional de Áreas Prácticas Básicas y Examen Privado de Tesis y al inciso 5.6 del punto QUINTO, del Acta 12-2016 de la sesión celebrada por Junta Directiva el 15 de julio de 2016.

PROFESIONALES QUE REALIZARON EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS

Presidente	Lic. Luis Oscar Ricardo de la Rosa
Secretario	Lic. M.A. Jorge Alberto Trujillo Corzo
Examinador	Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero

Guatemala, 15 de mayo de 2018

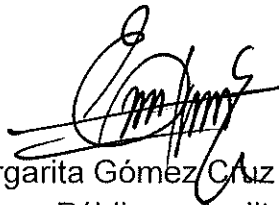
Licenciado
Luis Antonio Suárez Roldán
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho

Estimado señor Decano:

De conformidad con la designación contenida en el DICTAMEN-AUDITORÍA No. 070-2017 de fecha 05 de abril de 2017, de Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas, fui designada como asesora de tesis de la estudiante **ANGÉLICA MARGARITA AGUILAR CARRERA**, para elaboración del trabajo de tesis titulado **“EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN”**, me permito informarle que he procedido a revisar el contenido de dicho trabajo, el cual constituye una fuente de información útil para estudiantes y profesionales, del tema en mención.

El trabajo de tesis presentado por la estudiante **ANGÉLICA MARGARITA AGUILAR CARRERA** reúne los requisitos profesionales exigidos por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por lo tanto, no tengo inconveniente en emitir dictamen favorable sobre el estudio realizado; el cual deberá presentar previamente para poder someterse al Examen Privado de Tesis, previo a optar el título de Contadora Pública y Auditora en el grado académico de Licenciada.

Atentamente,



Licda. Elda Margarita Gómez Cruz de Román
Contadora Pública y Auditora
Colegiado N.º. 6199

Licda. Elda Margarita Gómez Cruz
Contador Público y Auditor
Colegiado 6199



J.D-TG. No. 076-2018
Guatemala, 05 de octubre de 2018

Estudiante
ANGÉLICA MARGARITA AGUILAR CARRERA
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estudiante:

Para su conocimiento y efectos le transcribo el Punto CUARTO, inciso 4.1, subinciso 4.1.1 del Acta 23-2018, de la sesión celebrada por Junta Directiva el 24 de septiembre de 2018, que en su parte conducente dice:

“CUARTO: ASUNTOS ESTUDIANTILES

4.1 Graduaciones

4.1.1 Elaboración y Examen de Tesis

Se tienen a la vista providencias de las Direcciones de Escuela de Contaduría Pública y Auditoría y de Administración de Empresas en las que se informa que los estudiantes que se listan a continuación, aprobaron el Examen de Tesis, por lo que se trasladan las Actas de los Jurados Examinadores de Tesis y expedientes académicos.

Junta Directiva acuerda: 1º. Aprobar las Actas de los Jurados Examinadores de Tesis. 2º. Autorizar la impresión de tesis y la graduación a los siguientes estudiantes:

Escuela de Contaduría Pública y Auditoría

Estudiante:

Tema de Tesis:

ANGÉLICA MARGARITA AGUILAR CARRERA	EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN
------------------------------------	--

30. Manifestar a los estudiantes que se les fija un plazo no mayor de seis meses para su graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



DEDICATORIA

- A DIOS:** Por guiar y cuidarme en mi camino, brindarme sabiduría y entendimiento para alcanzar una meta más en mi vida.
- A MIS PADRES:** Jesús Antonio Aguilar Santizo (Q.E.P.D) y María del Rosario Carrera Mayén, gracias por su amor, esfuerzo, enseñanzas, consejos y su apoyo incondicional a lo largo de mi vida.
- A MI ESPOSO:** Henry, gracias por tu amor y apoyo para alcanzar una meta más.
- A MIS HIJAS:** Adanelly y Sofía, gracias por llenar mi vida de amor y alegría, son mi fuente de inspiración.
- A MI HERMANA:** Karina, por tu cariño.
- A MI FAMILIA:** Por su apoyo y cariño.
- A LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS:** Por los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera y permitirme egresar de esta casa de estudios superiores

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

i

CAPÍTULO I

EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

1.1	Definición de empresa	1
1.2	Elementos de la empresa	1
1.2.1	Tierra	1
1.2.2	El trabajo	1
1.2.3	El capital	2
1.3	Clasificación	2
1.3.1	Según su tamaño	2
1.3.2	Según la propiedad del capital	3
1.3.3	Según el ámbito geográfico de su actividad	3
1.3.4	Según el sector económico al que pertenecen	3
1.3.5	Según el número de bienes que producen	4
1.3.6	Según la delegación existente en la toma de decisiones	4
1.3.7	Según su forma jurídica	4
1.4	Empresa que comercializa productos para la construcción	6
1.4.1	Definición	6
1.5	Antecedentes	7
1.6	Estructura organizacional	7
1.7	Legislación aplicable	9
1.7.1	Código de Comercio de Guatemala, Decreto 2-70	9
1.7.2	Código Tributario, Decreto 6-91	9
1.7.3	Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto 27-92	10

1.7.4	Ley de Actualización Tributaria, Libro I Impuesto Sobre la Renta, Decreto 10-2012	10
1.7.5	Ley del Impuesto de Solidaridad, Decreto 73-2008	12
1.7.6	Código de Trabajo, Decreto 1441	12
1.8	Productos para la construcción	12
1.9	Clasificación de los productos para la construcción	13
1.9.1	Materiales pétreos	13
1.9.2	Cerámicos y vidrios	14
1.9.3	Materiales aglutinantes	14
1.9.4	Materiales compuestos	14
1.9.5	Materiales metálicos	14
1.9.6	Materiales plásticos	14
1.10	Mercado de los productos para la construcción	15
1.11	Principales proveedores	15
1.12	Principales clientes	15

CAPÍTULO II

EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR

2.1	Contador Público y Auditor	16
2.2	Código de Ética Profesional	17
2.2.1	Integridad	17
2.2.2	Objetividad	18
2.2.3	Competencia y diligencia profesional	18
2.2.4	Confidencialidad	18
2.2.5	Comportamiento profesional	18
2.3	Área de actuación profesional del Contador Público y Auditor	19
2.3.1	Forma dependiente	19
2.3.2	Forma independiente	21

2.4	Perfil del Contador Público y Auditor como Consultor	22
2.4.1	Conocimientos técnicos	22
2.4.2	Experiencia profesional	22
2.4.3	Características personales	22
2.5	Consultoría	23
2.6	Formas de consultoría	23
2.7	Características de la consultoría	24
2.7.1	Servicio profesional	24
2.7.2	Servicio consultivo	24
2.7.3	Servicio independiente	25
2.7.4	Servicio temporal	25
2.7.5	Servicio comercial	25
2.8	Fases de la consultoría	25
2.8.1	Iniciación	26
2.8.2	Diagnóstico	26
2.8.3	Planificación de medidas	26
2.8.4	Aplicación	26
2.8.5	Terminación	27
2.9	Informe de consultoría	27

CAPÍTULO III

INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS

3.1	Estados financieros	28
3.1.1	Identificación de los estados financieros	29
3.1.2	Presentación de información no requerida por las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades	29
3.1.3	Estado de situación financiera	30
3.1.4	Estado del resultado integral y estado de resultados	31

3.1.5	Estado de cambios en el patrimonio	32
3.1.6	Estado de flujos de efectivo	33
3.1.7	Notas a los estados financieros	34
3.2	Análisis de estados financieros	34
3.2.1	Análisis contable	35
3.2.2	Análisis financiero	35
3.3	Herramientas del análisis	35
3.3.1	Análisis de estados financieros comparativos	36
3.3.2	Análisis de estados financieros con base porcentual	37
3.3.3	Análisis de razones financieras	37
3.4	Información contable por segmentos	41
3.4.1	Segmentos de operación	42
3.4.2	Referencia técnica	46
3.5	Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación	46
3.6	Principio básico	46
3.7	Alcance	46
3.8	Segmentos de operación	48
3.9	Segmentos sobre los que debe informarse	48
3.9.1	Criterios de agregación	48
3.9.2	Umbrales cuantitativos	50
3.10	Información a revelar	54
3.10.1	Información general	55
3.10.2	Información sobre resultados, activos y pasivos	55
3.11	Medición	57
3.11.1	Conciliaciones	59
3.11.2	Reexpresión de información presentada anteriormente	60
3.12	Información a revelar sobre la entidad en su conjunto	60
3.12.1	Información sobre productos y servicios	61

3.12.2	Información sobre áreas geográficas	61
3.12.3	Información sobre los principales clientes	62

CAPÍTULO IV

EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN (CASO PRÁCTICO)

4.1	Antecedentes de la empresa	64
4.2	Solicitud de servicios profesionales	65
4.3	Propuesta de servicios	67
4.4	Carta de aceptación de la consultoría	71
4.5	Índice de papeles del trabajo del consultor	72
4.6	Planificación del trabajo de consultoría	74
4.7	Información financiera de la Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción	78
4.8	Identificación de segmentos	84
4.8.1	Segmentos de operación	84
4.8.2	Segmentos geográficos	85
4.9	Umbrales cuantitativos de segmentos de operación	85
4.9.1	Pruebas de ingresos	86
4.9.2	Prueba de resultados	87
4.9.3	Prueba de activos	89
4.10	Umbrales cuantitativos de segmentos geográficos	91
4.10.1	Pruebas de ingresos	91
4.10.2	Prueba de resultados	93
4.10.3	Prueba de activos	95

4.11	Análisis y revelación de información sobre segmentos de operación	97
4.11.1	Análisis de segmento acero	98
4.11.2	Análisis de segmento cerámico	99
4.11.3	Análisis del segmento materiales de construcción	101
4.11.4	Análisis de pinturas	102
4.11.5	Análisis del resto de segmentos	103
4.12	Análisis y revelación de información sobre segmentos geográficos	105
4.12.1	Análisis del segmento metropolitano	106
4.12.2	Análisis del segmento central	107
4.12.3	Análisis del segmento suroccidental	108
4.12.4	Análisis del resto de segmentos	110
4.13	Análisis de rentabilidad de los segmentos de operación por medio de razones financieras	111
4.13.1	Margen de utilidad bruta	115
4.13.2	Margen de utilidad operativa	116
4.13.3	Margen de utilidad neta	117
4.13.4	Liquidez segmentos de operación	119
4.13.5	Solvencia inmediata segmentos de operación	120
4.13.6	Inversión en activos fijos segmentos de operación	121
4.13.7	Propiedad segmentos de operación	122
4.13.8	Endeudamiento segmentos de operación	122
4.13.9	Solidez segmentos de operación	123
4.13.10	Rotación de cuentas por cobrar segmentos de operación	124
4.13.11	Rotación de inventarios segmentos de operación	125
4.13.12	Resumen razones financieras de los segmentos de operación	127
4.14	Análisis vertical segmentos de operación	128

4.15	Análisis de rentabilidad de los segmentos geográficos por medio de razones financieras	132
4.15.1	Margen de utilidad bruta	136
4.15.2	Margen de utilidad operativa	137
4.15.3	Margen de utilidad neta	138
4.15.4	Liquidez segmentos geográficos	143
4.15.5	Solvencia inmediata segmentos geográficos	144
4.15.6	Inversión en activos fijos segmentos geográficos	145
4.15.7	Propiedad segmentos geográficos	146
4.15.8	Endeudamiento segmentos geográficos	147
4.15.9	Solidez segmentos geográficos	148
4.15.10	Rotación de cuentas por cobrar segmentos geográficos	149
4.15.11	Rotación de inventarios segmentos geográficos	150
4.15.12	Resumen razones financieras de los segmentos geográficos	151
4.16	Análisis vertical de segmentos geográficos	149
4.17	Resumen del caso práctico	153
4.18	Informe final	155
	CONCLUSIONES	162
	RECOMENDACIONES	164
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	166

ÍNDICE DE TABLAS

	Página	
1	Identificación de segmentos de negocio	43
2	Identificación de segmentos geográficos	44
3	Identificación de segmentos de clientes	45
4	Agregación de segmentos	50
5	Prueba de ingresos	51
6	Prueba del resultado	52
7	Prueba de activos	53
8	Prueba de ingresos totales	54

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página	
1	Estructura organizacional	8

INTRODUCCIÓN

Las empresas en la actualidad buscan la diversidad en los productos y servicios que prestan, así como la expansión de sus negocios ya sea en el interior o exterior del país. Atendiendo a las modalidades de negocio a la fecha es importante que el Contador Público y Auditor conozca y se capacite para poder prestar un servicio profesional que ayude a las empresas a manejar eficientemente sus negocios. El presente trabajo tiene por objetivo dar a conocer al lector los beneficios e importancia de analizar la información contable por segmentos según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación.

Este trabajo está conformado por cuatro capítulos que contienen información respecto al papel que juega el Contador Público y Auditor como Consultor en el análisis de la información contable por segmentos en una empresa comercializadora de productos para la construcción:

El capítulo I, contiene información general de la empresa, como lo es su clasificación, estructura y organización así como las leyes a las que se encuentra afecta toda empresa en territorio guatemalteco, este capítulo tiene un enfoque específico para las empresas que se dedican a la comercialización de productos para la construcción como sus productos y mercado para comercializar.

El capítulo II se refiere al Contador Público y Auditor, las características que este debe tener, así como las áreas de actuación del mismo, este capítulo se

enfoca en el Contador Público y Auditor actuando como consultor, contiene información que se debe conocer para realizar un trabajo de consultoría.

En el capítulo III se proporciona la base técnica para la presentación de los estados financieros así como las herramientas de análisis que el Contador Público y Auditor debe conocer para elaborar un análisis financiero, entre estas herramientas se encuentran las razones financieras y el análisis vertical de los estados financieros. Adicional contiene la base técnica para analizar la información por segmentos de operación según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación.

En el capítulo IV se incluye el caso práctico. En este capítulo el Contador Público y Auditor actúa como Consultor en el análisis de la información contable por segmentos, aplicando los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación, para la identificación de los segmentos sobre los que debe informarse, se identificaron segmentos de operación que son las categorías de productos que la empresa comercializa y segmentos geográficos que son las ubicaciones de los clientes, se realizó un análisis de los ingresos, resultados y activos de cada segmento, tanto de operación como geográficos, adicional se aplicaron razones financieras para conocer el rendimiento de cada segmento.

Se finaliza el trabajo con las conclusiones y recomendaciones de la información obtenida y el caso práctico desarrollado, y las referencias bibliográficas de las fuentes de información utilizadas en el trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

1.1 Definición de empresa

“La empresa es un sistema social en el que se integran un conjunto de personas y medios para conseguir los objetivos de la empresa. El logro eficaz de estos objetivos necesita de una organización que haga posible la coordinación coherente de todos los medios y personas que forman parte de la misma”. (13:7)

1.2 Elementos de la empresa

Para la creación de la empresa debe considerarse la existencia de algunos elementos necesarios para su funcionamiento:

1.2.1 Tierra

Se utiliza el nombre de factor tierra en sentido general, incluyendo el conjunto de recursos naturales de los cuales la empresa necesita ya que sin ellos no podría funcionar, por ejemplo el agua y la energía.

1.2.2 El trabajo

La empresa no puede funcionar sin el esfuerzo y la dedicación de los seres humanos. Entendemos por trabajo el esfuerzo que realizamos las personas para crear bienes o prestar servicios dentro de una organización empresarial. Incluye tanto el trabajo físico como el intelectual”. (13:8)

1.2.3 El capital

Se denomina así al conjunto de bienes o derechos que la empresa tiene y que se incluyen en su dentro de su patrimonio. El capital está formado tanto por los bienes inmuebles, como los bienes muebles”. (13:8)

Dentro del capital se encuentra la propiedad industrial y esta engloba:

- a. **El nombre comercial:** identifica a persona jurídica que ejerce una actividad empresarial.
- b. **La marca:** es lo que distingue un producto de los demás en el mercado.
- c. **La patente:** “Es un derecho de uso y explotación que tiene un particular o empresa sobre un invento”. (13:9)

1.3 Clasificación

Las empresas se pueden clasificar por la tipología que estas adoptan donde intervienen diferentes factores entre ellos el tamaño, propiedad del capital entre otros, así mismo existe la clasificación por la forma jurídica en que fueron creadas, bajo la legislación del país.

1.3.1 Según su tamaño

Para clasificar las empresas por su tamaño se pueden utilizar diferentes criterios, entre ellos número de empleados, activo, cifra de negocios entre otras. Atendiendo al número de empleados las empresas se clasifican de la siguiente manera:

- a. **Microempresas:** su planilla no excede a los cinco empleados.
- b. **Empresas pequeñas:** tienen de seis a 50 trabajadores.
- c. **Empresas medianas:** cuentan con un número de trabajadores de 51 a 500.
- d. **Empresas grandes:** cuentan con más de 500 trabajadores.

1.3.2 Según la propiedad del capital

La clasificación de las empresas en función de la propiedad del capital puede ser:

- a. **Empresa privada:** cuando el capital para la creación de la empresa es aportado por personas individuales o jurídicas.
- b. **Empresa pública:** una empresa es pública si parte o todo el capital de la misma es aportado por el estado.
- c. **Empresas mixtas:** Son aquellas en que tienen capital privado así como público.

1.3.3 Según el ámbito geográfico de su actividad

Las empresas pueden clasificarse según su ámbito geográfico dependiendo donde desarrollan sus actividades:

- a. **Empresas locales:** desarrollan sus actividades dentro del territorio nacional pero sin expandirse a todo el país, como las nacionales.
- b. **Empresas nacionales:** estas ejercen sus actividades en todo el territorio nacional.
- c. **Empresas internacionales:** ejercen sus actividades dentro y fuera del país de origen.

1.3.4 Según el sector económico al que pertenecen

Por la actividad que realizan las empresas pueden clasificarse en cuatro sectores:

- a. **Empresas del sector primario:** La actividad principal de estas empresas es la extracción de materias primas. Entre estas se incluyen las dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.
- b. **Empresas del sector secundario:** La actividad principal de estas empresas es la transformación de materias primas.

- c. **Empresas del sector terciario:** este sector incluye a las empresas que se dedican a la prestación de servicios.
- d. **Empresas del sector cuaternario:** en este sector incluyen a las empresas constructoras.

1.3.5 Según el número de bienes que producen o servicios que prestan

Por la cantidad de bienes o servicios que las empresas producen se clasifican de la siguiente forma:

- a. **Empresas monoproductoras:** se dedican a la producción de un solo bien o servicio.
- b. **Empresas multiproductoras:** estas producen más de un bien o servicio.

1.3.6 Según la delegación existente en la toma de decisiones

Las empresas tienen diferentes líneas de autoridad en donde centrar la toma de decisiones, clasificándose de la siguiente forma:

- a. **Empresas centralizadas:** Las empresas centralizadas son aquellas en donde la toma de decisiones se concentra en una sola persona u órgano.
- b. **Empresas descentralizadas:** En estas empresas la toma de decisiones es compartida en diferentes personas u órganos.

1.3.7 Según su forma jurídica

El Código de Comercio de Guatemala, hace referencia a la siguiente clasificación de las sociedades mercantiles:

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

a. Sociedad Colectiva

“Sociedad colectiva es la que existe bajo una razón social y en la cual todos los socios responden de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales”. (2:25)

b. Sociedad en comandita simple

“Sociedad en comandita simple, es la compuesta por uno o varios socios comanditados que responden en forma subsidiaria, ilimitada y solidaria de las obligaciones sociales; y por uno o varios socios comanditados que tienen responsabilidad limitada al monto de su aportación. Las aportaciones no pueden ser representadas por títulos o acciones”. (2:26)

c. Sociedad de responsabilidad limitada

“Sociedad de responsabilidad limitada es la compuesta por varios socios que solo están obligados al pago de sus aportaciones. Por las obligaciones sociales responde únicamente el patrimonio de la sociedad y, en su caso, la suma que a más de las aportaciones convenga la escritura social. El capital estará dividido en aportaciones que no podrían incorporarse a títulos de ninguna naturaleza ni denominarse acciones”. (2:29)

d. Sociedad anónima

“Sociedad anónima es la que tiene el capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito”. (2:30)

e. Sociedad en comandita por acciones

“Sociedad comandita por acciones, es aquella en la cual uno o varios socios comanditados responden en forma subsidiaria, ilimitada y solidaria por las obligaciones sociales y uno o varios socios comanditarios tienen la

responsabilidad limitada al monto de las acciones que han suscrito, en la misma forma que los accionistas de una sociedad anónima.

Las aportaciones deben estar representadas por acciones, las cuales deberán ser nominativas.

Las sociedades en comandita por acciones constituidas antes de la vigencia de la Ley de Extinción de Dominio, cuyo pacto social les faculte a emitir acciones al portador y tengan pendiente la emisión de acciones, deberán realizarla únicamente con acciones nominativas". (2:65)

1.4 Empresa que comercializa productos para la construcción

Derivado del auge que tomó en el país la actividad de construcción, notándose el aumento acelerado de construcción de viviendas, edificios empresariales, así como centros comerciales en el área urbana, con este crecimiento se ve beneficiado el sector de las empresas dedicadas a la comercialización de productos para la construcción, por el crecimiento en la demanda de estos productos.

Las entidades dedicadas a la comercialización de productos para la construcción principalmente se abastecen de los productores de los materiales de construcción en el país o bien son importadores directos de estos.

1.4.1 Definición

La empresa Comercializadora de Productos para la Construcción es un ente creado con fines lucrativos, para dedicarse a la venta por menor y mayor de productos utilizados para la construcción, abasteciendo al sector de la construcción del país así como otro tipo de clientes minoristas eventuales.

Estas empresas deben contar con todos los productos necesarios en una construcción desde lo necesario para la estructura hasta un último detalle de la casa o edificio, teniendo la capacidad de abastecer la demanda del sector de la construcción.

1.5 Antecedentes

Desde épocas antiguas se han utilizado los materiales de construcción, estos han sido de utilidad para el hombre a lo largo de los años para mejorar su nivel de vida y protegerse de las inclemencias del medio ambiente.

“Las primeras edades en las que se clasifica nuestra historia llevan sus nombres de acuerdo al material desarrollado y que significó una época en nuestra evolución. La edad de piedra con las primeras herramientas y armas para cazar fabricadas en ese material, la edad de bronce en la que se descubre la ductilidad y multiplicidad de ese material, seguida de la edad de hierro en la que este reemplaza al bronce por ser un material más fuerte y con más aplicaciones”. (15)

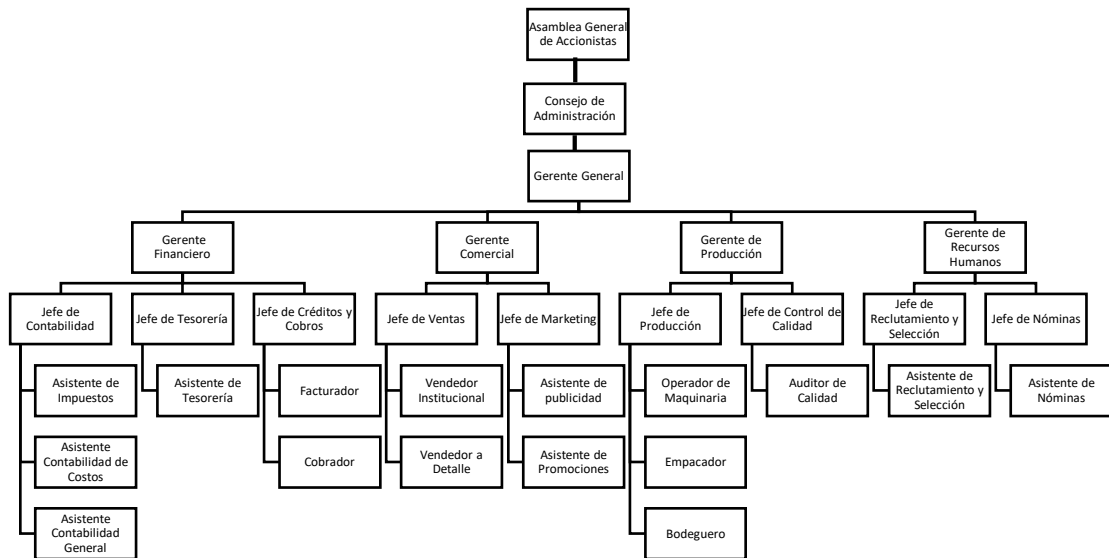
El terremoto ocurrido en Guatemala en el año 1976, dejó visto que las construcciones con adobe y bajareque son las más vulnerables ante los fenómenos naturales, por lo que la reconstrucción del país posterior al terremoto se hizo en su mayoría con block y cemento.

1.6 Estructura organizacional

Las empresas deben contar con una estructura organizacional de acuerdo a las actividades que esta planea realizar, con una correcta estructura se garantiza el buen funcionamiento de la empresa lo cual permitirá se alcancen los objetivos planteados. La estructura organizacional es la división del trabajo en la empresa por áreas o departamentos.

A continuación un ejemplo de la estructura organizacional en una empresa en Guatemala:

Figura 1
Estructura Organizacional



Fuente: *Elaboración propia con base al trabajo de investigación.*

1.7 Legislación aplicable

La empresa comercializadora de productos para la construcción, así como toda empresa creada en el país de Guatemala, debe ser constituida bajo la legislación vigente aplicable en el momento de su creación, y regirse en su funcionamiento por las leyes, decretos, resoluciones, acuerdos, entre otros que le sean aplicables por la actividad económica que realice en el territorio guatemalteco. Entre la legislación aplicable se encuentran las siguientes leyes:

1.7.1 Código de Comercio de Guatemala, Decreto 2-70

El Código de Comercio de Guatemala, es la ley que regula a los comerciantes en el ejercicio de las actividades mercantiles que realiza cualquiera que sea su objeto.

El Código de Comercio es de observancia obligatoria para las empresas mercantiles constituidas en el departamento de Guatemala.

1.7.2 Código Tributario, Decreto 6-91

“La Constitución Política de la República de Guatemala regula 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”. (3:5)

Por ello la importancia de emitir un Código Tributario, que regule la aplicación de las leyes en materia tributaria, para evitar la contradicción, repetición y falta de técnica legislativa en las leyes ordinarias.

Si en la aplicación de las leyes tributarias existe oscuridad, ambigüedad o insuficiencia en una ley, se resolverá conforme a los principios establecidos en

la Constitución Política de la República de Guatemala, los contenidos en el Código Tributario, en las leyes tributarias específicas y en la Ley del Organismo Judicial.

1.7.3 Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto 27-92

El impuesto al valor agregado es un impuesto indirecto, que recae sobre los actos y contratos gravados por la ley que regula este impuesto. Las empresas están obligadas a pagarlo en las compras y cobrarlo en las ventas que realice. La tarifa de este impuesto es un 12% calculado sobre la base imponible de ambas operaciones.

1.7.4 Ley de Actualización Tributaria, Libro I Impuesto sobre la Renta, Decreto 10-2012

Este libro contiene la Ley del Impuesto Sobre la Renta, impuesto directo que grava las rentas que obtienen las personas individuales, jurídicas, entes o patrimonios dentro del territorio Guatemalteco.

Existen tres tipos de rentas según su procedencia:

- Las rentas de las actividades lucrativas
- Las rentas del trabajo en relación de dependencia
- Las rentas del capital y las ganancias de capital.

a. Renta de las actividades lucrativas

Las rentas de actividades lucrativas son las provenientes de personas individuales o jurídicas residentes en Guatemala. Se entiende por actividades lucrativas la combinación de uno o más factores de producción, con el fin de producir, transformar, comercializar, transportar o distribuir bienes o prestación de servicios.

Las rentas de actividades lucrativas pueden tributar bajo dos regímenes:

- Régimen Sobre las Utilidades de Actividades Lucrativas
- Régimen Opcional Simplificado Sobre Ingresos de Actividades Lucrativas.

El tipo impositivo del Régimen Sobre las Utilidades de Actividades Lucrativas es del 25% sobre la base imponible determinada, el pago del impuesto de este régimen es trimestral y se liquida anualmente. Para el Régimen Opcional Simplificado Sobre Ingresos de las Actividades Lucrativas el tipo impositivo a aplicar a la renta imponible determinada es del 5% a una renta imponible de Q. 0.01 a Q. 30,000.00 y un 7% sobre el excedente a este valor, el período de liquidación es mensual.

b. Renta del trabajo en relación de dependencia

“Artículo 68. Hecho generador. Constituye hecho generador. Constituye hecho generador del Impuesto sobre la Renta regulado en este título, la obtención de toda retribución o ingreso en dinero, cualquiera que sea su denominación o naturaleza, que provenga del trabajo personal prestado en relación de dependencia, por personas individuales residentes en el país”. (4:10)

c. Rentas de capital, ganancias y pérdidas de capital

“Artículo 83. (Reformado por el artículo 18 del Decreto 19-2013 del Congreso de la República) Hecho generador. Constituye hecho generador del Impuesto Sobre la Renta regulado en este Título, la generación en Guatemala de rentas de capital y de ganancias y pérdidas, en dinero o en especie, que provengan de elementos patrimoniales, bienes o derechos, cuya titularidad corresponda al contribuyente residente o no en el país”. (4:77)

1.7.5 Ley del Impuesto de Solidaridad, Decreto 73-2008

El impuesto de solidaridad debe ser pagado por quienes realicen actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional y obtengan un margen bruto superior al cuatro por ciento (4%) de sus ingresos brutos.

El tipo impositivo de este impuesto es del uno por ciento (1%), sobre la base que sea mayor de las siguientes:

- a. La cuarta parte del monto del activo neto o
- b. La cuarta parte de los ingresos brutos.

En el caso de los contribuyentes que su activo neto supere cuatro veces a los ingresos, se aplicara la base de la opción b.

Este impuesto puede ser acreditado al pago del Impuesto sobre la Renta y el Impuesto sobre la Renta acreditado al Impuesto de Solidaridad.

1.7.6 Código de Trabajo, Decreto 1441

El trabajo es uno de los elementos de la empresa, es importante que exista una ley que regule la relación del patrono y trabajador, para velar por el cumplimiento de los derechos y obligaciones de ambas partes.

El Código de Trabajo regula los derechos y obligaciones de patronos y trabajadores, con ocasión del trabajo, y crea instituciones para resolver sus conflictos.

1.8 Productos para la construcción

Los productos para la construcción son los que se utilizan en la construcción de edificios, casas, carreteras u otras obras de construcción. La incorporación de estos productos a la obra es permanente, algunos imprescindibles como el

cemento, hierro, arena, pedrín y otros complementarios como los accesorios estéticos entre los que se pueden mencionar piso, azulejos, baños, entre otros.

Estos productos pueden ser materias primas con cierto grado de transformación como el pedrín y arena o productos manufacturados como aceros, azulejos, tubería, baños, entre otros.

Los productos para la construcción se han ido modernizando en la historia, antes del siglo XX en su mayoría las construcciones eran de adobe, con el terremoto ocurrido en Guatemala en el año de 1976, el país fue extremadamente vulnerable a este fenómeno natural por el tipo de construcciones que predominaban en el país como el adobe y bajareque, por lo que se vio la necesidad de construir con materiales más resistentes como lo es el block para paredes y lamina o concreto para techos.

Actualmente existe una variedad de productos para la construcción que se adaptan a las necesidades de la población, atendiendo diferentes factores a considerar en la construcción de una obra, entre ellos terreno, clima, entre otros. La diversidad de productos para la construcción en el mercado impulsan el crecimiento del sector de la construcción en el país.

1.9 Clasificación de los productos para la construcción

Existe variedad de productos para la construcción, los más utilizados son los siguientes:

1.9.1 Materiales pétreos

“Son las piedras, rocas naturales y sus derivados. Los más usados en la construcción son la roca caliza, el mármol, el granito, la pizarra y los áridos (piedras de diferentes tamaños)”. (14)

1.9.2 Cerámicos y vidrios

“Proceden de materias primas arcillosas que se someten a un proceso de cocción en un horno a altas temperaturas. Los más usados en construcción son las baldosas y azulejos, ladrillos refractarios, loza sanitaria, vidrio, lana de vidrio, ladrillos, bovedillas, tejas”. (14)

1.9.3 Materiales aglutinantes

“Al mezclarse con agua sufren transformaciones químicas. Se utilizan para unir otros materiales. El yeso y el cemento son los más utilizados”. (14)

1.9.4 Materiales compuestos

“Formados por la mezcla de diferentes materiales con diferentes propiedades. Los más usados son el mortero, el hormigón, el hormigón impreso y las mezclas asfálticas.

- El mortero es una mezcla de arena, cemento y agua.
- El hormigón es una mezcla de cemento, piedras de diferentes tamaños (áridos) y agua”. (14)

1.9.5 Materiales metálicos

“Se obtienen a partir de minerales del metal. Hay dos tipos los ferrosos procedentes del hierro y no ferrosos. Los ferrosos más usados son el acero y la fundición y los no ferrosos el cobre y el aluminio”. (14)

1.9.6 Materiales plásticos

“Hoy en día se usan mucho en construcción por sus propiedades y su coste reducido. Son materiales orgánicos formados por polímeros (macromoléculas) constituidos por largas cadenas de átomos que contienen fundamentalmente

carbono. Entre ellos tenemos el PVC, el poliestireno, melamina, poliuretano, entre otros". (14)

1.10 Mercado de los productos para la construcción

El mercado fuerte para las empresas que comercializan productos para la construcción, es el sector de la construcción el cual ha tenido un decremento en el último año derivado de la falta de inversión pública en infraestructura.

1.11 Principales proveedores

Las empresas dedicadas a la comercialización de productos para la construcción se abastecen principalmente de las empresas que producen estos productos en el país, tales como cemento, arena, pedrín, entre otros. Hay materiales que no se producen en el país o el costo se ve beneficiado por la importación por lo que estas empresas se vuelven importadores directos de los mismos.

1.12 Principales clientes

Los principales clientes para las empresas comercializadoras de productos para la construcción son las empresas constructoras del país. Estas representan la mayor demanda de los productos para la construcción, también están las empresas que transforman algunos productos para la construcción en otros productos como por ejemplo los tubos de concreto, loza prefabricada, entre otros. Estas empresas también abastecen al sector de la construcción por medio de productos manufacturados con materias primas que comercializan las empresas productoras de materiales para la construcción.

CAPÍTULO II

EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR

2.1 Contador Público y Auditor

Es el profesional con el título de Contador Público y Auditor, que posee conocimientos teóricos y prácticos en contabilidad y auditoría principalmente, asimismo posee conocimientos en otras ramas como la matemática, estadística, finanzas, entre otras. Estos conocimientos fueron adquiridos mediante estudios en la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, así como la experiencia adquirida en el campo laboral.

El Contador Público y Auditor en su actuación profesional debe regirse a las normas vigentes en la República de Guatemala, y dependiendo el campo de actuación profesional pueden ser las normas de observancia general para el sector público y privado, asimismo el código de ética profesional.

Entre las normas que el Contador Público y Auditor debe aplicar dependiendo su campo de actuación profesional, se encuentran:

- Normas Internacionales de Auditoría
- Normas Internacionales para el Ejercicio y Práctica de la Auditoría Interna
- Normas de Auditoría para el Sector gubernamental
- Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades
- Normas Internacionales de Información Financiera
- Normas Internacionales de Servicios Relacionados
- Norma Internacional de Control de Calidad
- Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento

- Norma Internacional Sobre Encargos de Revisión

2.2 Código de Ética Profesional

El Código de Ética es una guía para orientar al profesional en su forma de actuar en el desempeño de su profesión como Contador Público y Auditor. El Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala en Asamblea General Extraordinaria, el 30 de enero de 2013, aprobó por unanimidad adoptar el Código de Ética de IFAC lo cual consta en el acta No. AGE-4-JDCCPAG- 2011/2013 y en la sesión del 11 de febrero de 2013 se acordó la publicación y divulgación lo cual consta en el acta No. SO-75JDCCPAG-2011-2013.

El Colegio de Economistas, Contadores Públicos y Auditores y Administradores de Empresas, también tienen un Código de Ética que es de observancia general para los Contadores Públicos y Auditores.

El Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad elaborado por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, establece los siguientes como principios fundamentales de ética profesional para los profesionales de la Contabilidad:

2.2.1 Integridad

El principio de la integridad es aplicado por el Contador Público y Auditor en los trabajos que realiza cualquiera que sea el rol que este desempeñando, el Contador Público y Auditor debe ser sincero y honesto en la presentación de los resultados de su trabajo, no debe ocultar información y su opinión no debe verse influenciada por beneficios personales o de terceros.

2.2.2 Objetividad

El Contador Público y Auditor debe aplicar su juicio profesional en la elaboración de su trabajo, sin embargo este debe tener un fundamento sólido que sustente su opinión, para que su juicio sea objetivo y razonable. Su juicio no puede verse influenciado por prejuicios o influencia de terceros, el Contador Público y Auditor no realizará un trabajo si determina que su juicio se puede ver afectado por los factores indicados

2.2.3 Competencia y diligencia profesional

Este principio obliga al Contador Público y Auditor a prepararse académicamente y profesionalmente para alcanzar la capacidad cognoscitiva y experiencia laboral que le permita llevar a cabo el trabajo que se le designe de forma profesional y competente.

2.2.4 Confidencialidad

El Contador Público y Auditor debe manejar la información proporcionada por la entidad de forma confidencial y abstenerse a divulgar información a terceros de la entidad así como hacer uso de información confidencial de la empresa para beneficio personal o de un tercero.

2.2.5 Comportamiento profesional

El principio de comportamiento profesional obliga al Contador Público y Auditor a cumplir con las disposiciones legales y reglamentarias que rigen la actuación de este, a fin de mantener en alto la profesión de la Contaduría Pública y Auditoría en los distintos campos de aplicación. Cuidando no afectar la reputación de la profesión con actos que vulneren la calidad y confiabilidad de la información.

2.3 Área de actuación profesional del Contador Público y Auditor

El contador público y auditor tiene dos campos de actuación profesional en la sociedad, esto va a depender de la calidad en la que es contratado el profesional por la empresa:

2.3.1 Forma dependiente

El Contador Público y Auditor se desempeña de forma dependiente cuando este es contratado por una empresa y desempeña un cargo en el ámbito interno de la misma, sin embargo la independencia de criterio es una característica del Contador Público y Auditor que prevalece aunque este actúe en relación de dependencia en una empresa. Los campos en que el auditor puede desempeñarse en relación de dependencia son los siguientes:

a. Auditor interno: es el profesional de la Contaduría Pública y Auditoría que desempeña su cargo en el ámbito interno de la empresa, como encargado de evaluar el control interno de la entidad, así como la implementación y seguimiento de nuevos controles que contribuyan a alcanzar los objetivos de la empresa y salvaguardar sus activos. El objetivo del auditor interno es el alcance de la auditoría interna. Para el desempeño de la auditoría interna el contador público y auditor deberá actuar acorde a las Normas Internacionales para el Ejercicio y Práctica de la Auditoría Interna, Normas de Auditoría para el Sector gubernamental, entre otras de aplicación específica al trabajo que se realice.

b. Contador general: es el profesional de la Contaduría Pública y Auditoría encargado de la contabilidad de la empresa y del cumplimiento de las políticas contables, este debe velar por que la información contable sea generada de acuerdo al marco de información financiera adoptado por la

empresa, así como la razonabilidad de dicha información, sin perjuicio del cumplimiento a la legislación vigente en Guatemala.

c. Analista financiero: el Contador Público y Auditor en su rol de analista financiero, es el responsable de interpretar la información financiera generada en la empresa. Para comprender el contenido de los estados financieros es necesario realizar un análisis e interpretar el resultado del mismo para determinar la situación económica de la empresa en un período determinado.

d. Gerente financiero: el Contador Público y Auditor en el rol de gerente financiero es responsable de tomar decisiones para mejorar la situación económica de la empresa, debe analizar los índices económicos y financieros para tener una visión clara de la situación de la empresa y plantear soluciones oportunas a los directivos, el objetivo del gerente financiero debe ser la maximización del capital invertido a corto o largo plazo, velando por mantener la liquidez y solvencia de la empresa. El gerente financiero brinda asesoramiento a la gerencia general para la toma de decisiones importantes de la empresa.

e. Gerente general: el Contador Público y Auditor también puede desempeñar el papel de gerente general en una empresa, ya que es un profesional con conocimiento en diferentes áreas que se complementan para el desempeño de este rol, el gerente general es el responsable de dirigir a las diferentes gerencias de la empresa, y entregar informes financieros a los accionistas.

2.3.2 Forma independiente

El contador Público y Auditor en su actuación profesional de forma independiente, ejerce su profesión liberalmente como persona individual o jurídica y es contratado por una empresa para realizar un trabajo específico por medio de un contrato de servicios profesionales, las formas en que el Auditor puede desempeñarse independientemente son las siguientes:

- a. **Auditor externo:** el Contador Público y Auditor en su rol de Auditor Externo, su función es realizar un examen a los estados financieros o un componente de estos con el objetivo de brindar una opinión acerca de la razonabilidad de la información financiera de la empresa en un período determinado, bajo un marco de información financiera general o específico.
- b. **Asesor:** El Contador Público y Auditor en su rol de asesor, su función es brindar un consejo respecto a un tema del cual tiene alguna especialidad.
- c. **Consultor:** El contador Público y Auditor en su rol de Consultor, su función es brindar asesoramiento respecto a un área específica donde el profesional tiene los conocimientos técnicos y la experiencia para poder evaluar el problema que aqueja a la empresa y proponer soluciones al mismo.

- o **Diferencia entre asesor y consultor**

El termino asesor y consultor suele usarse como un sinónimo sin embargo no lo son, existen diferencias marcadas entre uno y otro. El asesor da un consejo u opinión sobre un tema específico sin involucrarse en realizar lo que se aconsejó, ni emitir un informe con su opinión. Sin embargo el consultor se involucra más en el trabajo que se le encomendó con el objeto de solucionar

los problemas planteados, la finalización del trabajo del consultor se materializa con un informe del trabajo realizado.

2.4 Perfil del Contador Público y Auditor como Consultor

El contador Público y Auditor en la actuación de su profesión debe cumplir con ciertas características técnicas, profesionales, personales, entre otras, que aseguren la calidad del trabajo que este realiza.

2.4.1 Conocimientos técnicos

El contador público y auditor debe demostrar fehacientemente los conocimientos que posee para el desempeño de la profesión desde el campo de actuación de la consultoría, conocimientos que ha adquirido mediante el estudio, capacitaciones constantes, actualizaciones y experiencia adquirida en su trayectoria laboral, con ello se garantiza la calidad de los servicios de consultoría que este presta.

2.4.2 Experiencia profesional

Además de los conocimientos teóricos adquiridos el profesional debe poseer la experiencia que lo acredite para desempeñarse como consultor del área de su especialidad.

2.4.3 Características personales

El Contador Público y Auditor debe poseer ciertas características personales en el desempeño de su profesión como consultor, entre ellas:

- Capacidad para relacionarse con sus clientes, asociados, subordinados entre otros.
- Innovador
- Proactivo

- Creativo
- Asesorar sobre los problemas de sus clientes
- Capacidad para tomar decisiones
- Tener facilidad de expresión escrita y oral

2.5 Consultoría

“La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios”.(8:9)

2.6 Formas de consultoría

La consultoría puede enfocarse desde dos puntos:

El primer enfoque de la consultoría adopta una visión funcional amplia de la consultoría, como un método de prestar asesoramiento. “La consultoría se define como cualquier forma de proporcionar ayuda sobre el contenido, proceso o estructura de una tarea o de un conjunto de tareas, en que el consultor no es efectivamente responsable de la ejecución de la tarea misma, si no que ayuda a los que lo son.”(8:3)

El segundo enfoque considera la consultoría como un servicio profesional especial y se destacan varias características que debe cumplir el servicio “la consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión,

analizarlos, recomendar soluciones a esos problemas y coadyuvar, si se les solicita en la aplicación de soluciones.” (8:3)

2.7 Características de la consultoría

El Contador Público y Auditor en el ejercicio de su profesión en la rama de la consultoría debe cumplir las siguientes características en el servicio que está prestando.

2.7.1 Servicio profesional

Este servicio es profesional derivado que lo presta una persona con conocimientos teóricos y técnicas profesionales, que serán de utilidad para resolver problemas o mejorar la gestión de la empresa. Una persona adquiere la capacidad de ofrecer el servicio de consultoría posterior a un proceso de aprendizaje mediante el estudio, la experiencia y capacitación continua en un área específica, por ejemplo; área financiera, área contable, área fiscal entre otras.

“En la prestación de cualquier servicio se espera del contador público y auditor un riguroso desempeño y trabajo profesional, por lo que siempre tendrá presentes las disposiciones normativas de la profesión que sean aplicables al trabajo específico que esté realizando. Actuará asimismo con la intención, el cuidado y la diligencia propios de una persona responsable”. (1:27)

2.7.2 Servicio consultivo

La consultoría es un servicio de asesoramiento y es la administración de la empresa la responsable sobre lo que se derive por parte de los consejos del consultor, los consultores no se contratan para que dirijan o tomen decisiones en nombre de la dirección, no tienen ninguna facultad directa para decidir

cambios y aplicarlos, de lo único que responden es de la calidad de su asesoramiento.

2.7.3 Servicio independiente

La consultoría es un servicio independiente derivado que esta no está en relación de dependencia con la empresa, por lo que esta no debe influir en la formación del juicio profesional del consultor en su trabajo de consultoría.

“Al expresar cualquier juicio profesional, el contador público y auditor tiene la obligación de sostener un criterio libre de conflicto de intereses e imparcial”.
(1:27)

2.7.4 Servicio temporal

La consultoría es un servicio temporal, ya que la empresa lo requiere para determinado fin, cuando este se cumple el consultor y la empresa terminan su relación.

2.7.5 Servicio comercial

La consultoría es un servicio que presta un profesional a requerimiento de un cliente, por ende debe existir el cobro de honorarios por los servicios prestados. El servicio de consultoría puede ser prestado por una persona individual o jurídica, por ejemplo un profesional independiente, una firma de contabilidad y auditoría o una empresa grande dedicada a los servicios de consultoría, en cualquiera de los casos existe el intercambio de un servicio por un precio establecido.

2.8 Fases de la consultoría

La consultoría se lleva a cabo en las siguientes fases:

2.8.1 Iniciación

En esta fase el consultor tendrá los primeros contactos con el cliente, realizará un diagnóstico preliminar de lo que originó la necesidad de sus servicios en la empresa, planificará el trabajo a realizar con base al conocimiento previo de la empresa para realizar la propuesta de servicios profesionales de consultoría, para finalizar con un contrato firmado con el cliente.

2.8.2 Diagnóstico

“La segunda fase es un diagnóstico a fondo del problema que se ha de solucionar. Durante esta fase, el consultor y el cliente cooperan para determinar el tipo de cambio que se necesita, establecer de manera pormenorizada los objetivos que se han de alcanzar con cometido y evaluar el rendimiento, los recursos, las necesidades y las perspectivas del cliente”.

(8:26)

2.8.3 Planificación de medidas

El objetivo de la tercera fase de la consultoría es encontrar la solución al problema, el cual originó el trabajo de consultoría en la empresa, esta fase abarca el estudio de las posibles soluciones así como la elaboración de un plan para llevarlas a cabo. La planificación de la acción requiere creatividad y amplio conocimiento de las soluciones planteadas y los cambios que de estas se derivan.

2.8.4 Aplicación

En esta fase de la consultoría los planes propuestos empiezan a hacerse realidad, sobre esta fase existen diferentes criterios, respecto a la participación del consultor, en la mayoría de los casos la consultoría termina con el informe de propuestas entregado al cliente, mientras que en otras el consultor debe participar en los cambios o bien realizarlos cuando corresponda, esto

dependerá de las condiciones bajo las que se aceptó la propuesta de servicio de consultoría.

2.8.5 Terminación

En esta fase se presentan los informes finales al cliente del servicio de consultoría realizado. Esta es la última fase del servicio de consultoría, si existe interés de continuar la relación de colaboración, se puede negociar un acuerdo sobre el seguimiento.

2.9 Informe de consultoría

En el informe de consultoría el Contador Público y Auditor (CPA) plasmará los objetivos de la consultoría, el resultado y las recomendaciones que esté hará al cliente, en algunos casos con la presentación del informe final al cliente se finaliza con el trabajo de consultoría, en otros casos el trabajo finaliza con la implementación, esto dependerá de los términos del contrato.

Para la elaboración del informe no existe una estructura rígida a seguir, el CPA lo elaborará a su criterio, siempre que este cumpla con las características que un trabajo profesional requiere, abarcando con dicho documento lo acordado con el cliente.

CAPÍTULO III

INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS

3.1 Estados Financieros

Los estados financieros proporcionan a los usuarios de los mismos la situación financiera, rendimiento y flujos de efectivo generados por la entidad en un período determinado. La sección 3 de la Norma Internacional de Información Financiera para las Pymes establece que un conjunto de estados financieros incluye lo siguiente:

- “Un estado de situación financiera a la fecha en que se informa;
- Una u otra de las siguientes informaciones:
 - a.** Un solo estado del resultado integral para el período sobre el que se informa que muestre todas las partidas de ingresos y gastos reconocidas durante el período incluyendo aquellas partidas reconocidas al determinar el resultado (que es un subtotal en el estado de resultado integral) y las partidas de otro resultado integral.
 - b.** Un estado de resultados separado y un estado del resultado integral separado. Si una entidad elige presentar un estado de resultados y un estado del resultado integral, el estado del resultado integral comenzará con el resultado y, a continuación, mostrará las partidas de otro resultado integral.
 - Un estado de cambios en el patrimonio del período sobre el que se informa
 - Un estado de flujos de efectivo del período sobre el que se informa; y
 - Notas, que incluyan un resumen de las políticas contables significativas y otras información explicativa”. (10:27)

3.1.1 Identificación de los estados financieros

Los estados financieros y las notas deben ser identificados claramente para distinguirlos de otra información contenida en el mismo documento. Adicionalmente deben incluir de forma destacada la siguiente información, y repetirla cuando sea necesario para la comprensión de la información:

- El nombre de la entidad
- Si los estados financieros pertenecen a la entidad individual o a un grupo de entidades
- La fecha del cierre del periodo sobre el que se informa y el periodo cubierto por los estados financieros
- La moneda de presentación
- El grado de redondeo

Las notas revelarán la siguiente información:

- El domicilio y forma legal de la entidad, su forma de constitución y la dirección de su sede
- Descripción de la naturaleza de las operaciones de la entidad y de sus principales actividades.

3.1.2 Presentación de información no requerida por las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades

Esta norma no trata la presentación de la información por segmentos, sin embargo no limita a la presentación de la misma. La entidad que decida revelar esta información describirá los criterios para su preparación y presentación.

3.1.3 Estado de situación financiera

El estado de situación financiera muestra la situación financiera y económica de una empresa a una fecha determinada, suministrando información de los derechos y obligaciones que posee la empresa.

“Partiendo de un análisis básico de los elementos que componen el estado de situación financiera, se pueden apreciar dos estructuras perfectamente diferenciadas: por un lado la estructura económica y por otro la financiera. La estructura financiera incluye los recursos para afrontar las inversiones necesarias en la empresa y la estructura económica recoge las inversiones llevadas a cabo con los recursos obtenidos. Se reduce, por tanto que el activo es igual a inversión, mientras que el pasivo y patrimonio neto es igual a financiación”. (13:37)

Los elementos que conforman el estado de situación financiera son, activo, pasivo y patrimonio neto.

La Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades, en la Sección 4, propone el ordenamiento de las partidas del estado de situación financiera en partidas corrientes y no corrientes.

a. Activo: está integrado por los bienes y derechos que la empresa posee.

- **Activo corriente:** los bienes y derechos que se esperan vender o realizar en un período no mayor de un año, a partir del período que se informa en el estado financiero, entre los activos corrientes se puede mencionar el efectivo, las cuentas por cobrar e inventarios.

- **Activo no corriente:** son bienes o derechos que por su naturaleza permanecen en la empresa por período de un año o más, a partir del período

al que corresponde el estado financiero, entre ellos los activos fijos tanto muebles como inmuebles.

b. Pasivo: lo conforman las deudas y obligaciones contraídas por la empresa.

- **Pasivo corriente:** son deudas y obligaciones contraídas por la empresa y que se espera cubrir en un período no mayor de un año, a partir del período sobre el que se informa en el estado financiero, tal es el caso de los proveedores.
- **Pasivo no corriente:** son deudas y obligaciones que la empresa posee y espera liquidar a largo plazo, es decir en períodos de un año o más, a partir del período al que corresponde el estado financiero. Por ejemplo hipotecas y préstamos a largo plazo.

c. Patrimonio neto: el patrimonio neto o capital está integrado por las aportaciones de los socios, así como el resultado de cada período y las reservas.

3.1.4 Estado del resultado integral y estado de resultados

Este estado financiero muestra el resultado obtenido por la empresa en un período determinado, en él se plasman estructuradamente los ingresos obtenidos por la empresa, así como los gastos en que esta incurrió para su funcionamiento, la diferencia de ambos componentes da como resultado la utilidad o pérdida del período.

La Norma Internacional de Información Financiera para las Pymes requiere que una entidad presente su resultado integral total para un período en uno o dos estados financieros.

“Una entidad presentará un desglose de gastos, utilizando una clasificación basada en la naturaleza o en la función de los gastos dentro de la entidad, lo que proporcione una información que sea fiable y más relevante”. (10:36)

- **Desglose por naturaleza de los gastos**

Según esta clasificación los gastos se agrupan en el estado del resultado integral de acuerdo con su naturaleza, por ejemplo viáticos, uniformes, compra de materias primas, costos de transporte, entre otros. Estos no se redistribuirán por las funciones que se realizan en la entidad.

- **Desglose por función de los gastos**

Según esta clasificación los gastos se agrupan en el estado del resultado integral de acuerdo con su función como parte del costo de ventas o por ejemplo administración y ventas.

3.1.5 Estado de cambios en el patrimonio

Este es un estado financiero que proporciona información detallada de los movimientos que presentó el patrimonio en un período determinado.

La Norma Internacional de Información Financiera para las Pymes, Sección 6 indica que si los únicos cambios en el patrimonio durante los períodos para los que se presentan los estados financieros surgen del resultado, pago de dividendos, correcciones de errores de los períodos anteriores y cambios de políticas contables, permitirá a la empresa presentar un estado de resultados y ganancias acumuladas en lugar de un estado del resultado integral y un estado de cambios en el patrimonio.

3.1.6 Estado de flujos de efectivo

“El estado de flujos de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación.”(10:39)

a. Actividades de operación

“Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de actividades ordinarias de la entidad.”(10:39)

Actividades de inversión

“Son las de adquisición y disposición de activos a largo plazo, y otras inversiones no incluidas en los equivalentes al efectivo”. (10:40)

Los flujos de efectivo generados por actividades de inversión, representan la medida en la cual se han hecho desembolsos para recursos que se prevé van a producir ingresos y flujos de efectivo en el futuro.

b. Actividades de financiación

“Son las actividades que dan lugar a cambios en el tamaño y composición de los capitales aportados y de los préstamos tomados por la entidad”. (10:41)

Una entidad presentará los flujos de efectivo procedentes de actividades de operaciones utilizando:

a. Método directo, en este método se presentan por separado las principales categorías de cobros y pagos en términos brutos.

b. Método indirecto, en este método se inicia presentando la ganancia o pérdida en términos netos, cifra que se corrige luego por los efectos de las

transacciones no monetarias, por todo tipo de partidas de pago diferido y acumulaciones (o devengos) que son la causa de cobros y pagos en el pasado o en el futuro, así como de las partidas de pérdidas o ganancias asociadas con flujos de efectivo de operaciones clasificadas como de inversión o financiación.

3.1.7 Notas a los estados financieros

Las notas son parte de los estados financieros, en estas se revela información adicional a la presentada en los estados financieros que es relevante para la comprensión de los estados financieros, también incluyen información sobre las bases de preparación de los estados financieros y las políticas contables específicas utilizadas.

La Norma Internacional de Información Financiera para las Pymes, Sección 8, indica el orden en el que una entidad presentará normalmente las notas:

- Una declaración de que los estados financieros se han elaborado cumpliendo con las NIIF para las Pymes
- Un resumen de las políticas contables significativas aplicadas
- Información de apoyo para las partidas presentadas en los estados financieros, en el mismo orden en que se presente cada estado y cada partida.
- Cualquier otra información a revelar.

3.2 Análisis de estados financieros

Para analizar los estados financieros de la empresa es necesario partir del análisis contable para determinar el grado de confiabilidad de la información para proceder a diagnosticar la posición económica y financiera de la empresa mediante el análisis financiero.

3.2.1 Análisis contable

“El análisis contable es el proceso de evaluar en qué grado la contabilidad de una compañía refleja su realidad económica. Esto se hace estudiando las transacciones y acontecimientos de una compañía, reconociendo los efectos de sus políticas contables sobre los estados financieros y ajustando los estados financieros para que reflejen mejor los aspectos económicos elementales y sean más fidedignos. Los estados financieros son la fuente de información principal para el análisis financiero. Esto significa que la calidad del análisis financiero depende de la confiabilidad de los estados financieros, la cual a su vez depende de la calidad del análisis contable.”(12:11)

3.2.2 Análisis financiero

“El análisis financiero es la utilización de los estados financieros para analizar la posición y el desempeño financieros de una compañía, así como para evaluar el desempeño financiero futuro.” (12:11)

Las preguntas frecuentes de los usuarios de los estados financieros es ¿Cuenta la compañía con los recursos para ser exitosa y crecer? ¿Cuenta con recursos para invertir en nuevos proyectos? ¿Cuáles son sus fuentes de rentabilidad?, los estados financieros por si solos no responden a estas interrogantes, es necesario un análisis de la información contable y una acertada interpretación de la misma, para dar respuesta a estas preguntas, el análisis de la información contable es una herramienta de gestión que ayudara para la toma de decisiones certeras en la empresa, mejorando su rendimiento.

3.3 Herramientas del análisis

El análisis es una herramienta útil para la empresa que proporciona un diagnóstico respecto a la situación actual de la empresa, este a su vez tiene herramientas o formas de realizarlo, entre ellas:

- a. Análisis de estados financieros comparativos
- b. Análisis de estados financieros porcentual
- c. Análisis de razones
- d. Análisis del flujo de efectivo
- e. Valuación

3.3.1 Análisis de estados financieros comparativos

El análisis de estados financieros comparativos consiste en analizar las variaciones que surgen de un periodo con otro, este análisis mostrará una tendencia al realizar un comparativo de varios años, por ejemplo la tendencia de las ventas en los últimos cinco años es un decremento anual de 5%, sin embargo las cuentas por cobrar incrementan anualmente un 15%, esta tendencia nos muestra indicios de una mala gestión de cobro ya que si la tendencia de ventas baja, las cuentas por cobrar deberían bajar por lo que se deben investigar detenidamente para determinar su origen. El análisis de estados financieros comparativos también conocido como análisis horizontal debido a que el análisis se realiza de izquierda a derecha o de derecha a izquierda cuando se examinan los estados financieros comparativos. Dos técnicas del análisis comparativo utilizadas frecuentemente son el análisis del cambio de un año al otro y el análisis de la tendencia del número índice.

Análisis del cambio año con año: esta técnica es utilizada en la comparación de periodos usualmente cortos de dos o tres años, ya que es fácil comprender y analizar la información con la ventaja que muestra las variaciones en cantidades absolutas, así como en porcentajes. Los análisis tanto de las cantidades como de porcentajes resultan relevantes debido que al calcular los cambios en porcentajes se puede mostrar una variación significativa en relación a porcentaje, sin embargo en valores no lo es.

Análisis de la tendencia del número índice; Esta técnica es utilizada para el análisis de estados financieros comparativos, cuando se comparan más de tres periodos. Esta técnica requiere la elección de un periodo base, para todas las partidas, con un número índice seleccionado con anterioridad.

3.3.2 Análisis de estados financieros con base porcentual

Para analizar los estados financieros es conveniente conocer la representatividad de una cuenta respecto a un componente del estado financiero. Por ejemplo al analizar el Estado de Situación Financiera los activos totales corresponden al 100%, mientras que las cuentas que lo conforman representan un porcentaje del gran total, en el caso del estado de resultados las ventas serian el 100%. Este procedimiento también se conoce como análisis vertical, derivado que el análisis se realiza de arriba-abajo o de abajo-arriba de las cuentas de los estados financieros porcentuales.

“Las comparaciones temporales (en el tiempo) de los estados financieros porcentuales de una compañía son útiles para revelar cualquier cambio proporcional en las cuentas dentro de grupos de activos, pasivos, gastos y otras categorías.”(12:28)

3.3.3 Análisis de razones financieras

El análisis por medio de razones financieras es una de las herramientas más utilizadas para el análisis de los estados financieros, sin embargo es importante resaltar que una razón expresa una relación matemática entre dos cantidades, realizar esta operación aritmética es algo sencillo que no genera valor si no existe una interpretación adecuada de dicho resultado, ya que para analizar el resultado de una razón es importante analizar simultáneamente otros factores que puedan afectar en dicho resultado.

Las razones son herramientas que permiten comprender las condiciones en que la empresa se encuentra, estos no son datos definitivos para concluir en un análisis más bien son puntos de partida para realizar el análisis de los estados financieros. Cabe mencionar que la utilidad de las razones depende de la confiabilidad de la información contable.

Existen varias razones financieras para medir la posición económica y financiera de una entidad, sin embargo para efectos de este estudio se utilizarán los siguientes índices.

Razones de rentabilidad: son las que miden el éxito o fracaso que tiene la empresa durante un periodo.

- Margen de utilidad bruta: mide el porcentaje que queda de cada quetzal de ventas después de lo que pago por el costo de los bienes vendidos

Fórmula:
$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Totales}}$$

- Margen de utilidad neta: este es el resultado final, muestra la utilidad que se obtuvo de cada quetzal de ventas, deduciendo ya los costos, gastos de operación, gastos financieros e impuestos.

Fórmula:
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales}}$$

- Margen de utilidad operativa: mide el porcentaje que queda de cada quetzal de venta deduciendo solo los costos y gastos, sin considerar los gastos financieros e impuestos.

Fórmula:
$$\frac{\text{Utilidad en operación}}{\text{Ventas Totales}}$$

Razones de solvencia: son las que miden la capacidad de pago que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo, con activos corrientes que esperan realizarse en un periodo no mayor de un año.

- Liquidez: este índice muestra la capacidad que posee la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo de forma inmediata haciendo uso de los activos disponibles y exigibles de los que dispone, como el efectivo y sus equivalentes.

Fórmula:
$$\frac{\text{Activos corrientes (-) Inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Solvencia inmediata: Muestra la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus pasivos a corto plazo con el efectivo y equivalentes de los que dispone.

Fórmula:
$$\frac{\text{Efectivo (+) valores negociables}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Solvencia: expresa la capacidad que posee la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo con los activos que espera realizar en un plazo menor de un año.

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

Razones de estabilidad: son las que miden el grado de protección a los acreedores e inversionistas a largo plazo

- Inversión en activos fijos: este refleja la porción del capital que ha sido invertido en la adquisición de activos fijos de los que se espera recibir flujos futuros.

Fórmula:
$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activos totales}}$$

- Propiedad: este índice determina la porción de los activos totales de la empresa que son adquiridos con capital propio.

Fórmula:
$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activos totales}}$$

- Endeudamiento: este expresa el grado de financiamiento por parte de terceros en los activos de la empresa.

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

Razones de actividad: son las que muestran la actividad y eficiencia con que los activos de la empresa están siendo usados.

- Rotación de cuentas por cobrar: indica el número de veces en que se ha recuperado el crédito otorgado a clientes en un año.

Fórmula:
$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

- Rotación de inventarios: refleja el número de veces que en un año se realizan las existencias de inventario y se hacen nuevas compras.

Fórmula:
$$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario}}$$

3.4 Información contable por segmentos

Como consecuencia del crecimiento y expansión de los negocios en la actualidad, es importante suministrar en la contabilidad información diferenciada por cada segmento identificado, para facilitar el análisis de la información contable generada que servirá a la administración de base para la toma de decisiones.

Las empresas se han expandido ampliando y diversificando sus negocios, con este crecimiento surge la necesidad de analizar los estados financieros por segmentos que se conformarán por grupos de productos, clientes, áreas geográficas, entre otros. Los segmentos se definirán mediante criterios de segmentación definidos por la empresa. La presentación de estados

financieros por segmentos ayudará a los usuarios de la información financiera a tener mayor visibilidad de los resultados de la empresa en su conjunto.

Es importante conocer que producto es el que está siendo más rentable para la empresa, que grupo de clientes o regiones son los que más consumen los productos y servicios de la empresa, de ello dependerá la toma de decisiones para gestionar el negocio de una manera eficiente.

3.4.1 Segmentos de operación

Un segmento de operación es un componente identificado en la entidad que cumple con ciertas características, entre ellas que es un componente que genera ingresos de las actividades ordinarias e incurre en gastos, asimismo los resultados de estos segmentos se discuten frecuentemente con la máxima autoridad para la toma de decisiones, y se puede obtener información diferenciada para el análisis de los mismos. Los segmentos pueden ser:

a. Segmento de negocio

Se refiere a un segmento identificable de la entidad, del cual se obtienen ingresos y que se caracteriza por estar sometido a riesgos y rendimientos de naturaleza diferente a los que corresponden a otros segmentos del negocio dentro de la misma entidad.

A continuación un ejemplo de los segmentos de negocio:

Tabla 1
Identificación de segmentos de negocio

Segmento	Ventas por segmento	%
Producto clase A	2,000,000.00	36%
Producto clase B	850,000.00	15%
Producto clase C	1,150,000.00	21%
Producto clase D	700,000.00	13%
Producto clase E	800,000.00	15%
Total ventas	5,500,000.00	100%

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

Los ingresos de los segmentos identificados en el cuadro anterior superan el 10% respecto al total de ingresos de la entidad, con ello se cumple el umbral cuantitativo para ser considerado un segmento sobre el que debe informarse, según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación

b. Segmento geográfico

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

A continuación un ejemplo de los segmentos geográficos:

Tabla 2
Identificación segmentos geográficos

Segmento geográfico	Ventas por segmento	%	Producto clase A	Producto clase B	Producto clase C	Producto clase D	Producto clase E
Central	990,000.0	18%	360,000.00	153,000.00	207,000.00	126,000.00	144,000.00
Norte	1,155,000.0	21%	420,000.00	178,500.00	241,500.00	147,000.00	168,000.00
Sur	1,210,000.0	22%	440,000.00	187,000.00	253,000.00	154,000.00	176,000.00
Oriente	1,100,000.0	20%	400,000.00	170,000.00	230,000.00	140,000.00	160,000.00
Occidente	1,045,000.0	19%	380,000.00	161,500.00	218,500.00	133,000.00	152,000.00
Total ventas	5,500,000.0	100%	2,000,000.00	850,000.00	1,150,000.00	700,000.00	800,000.00

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

Los ingresos por cada segmento geográfico identificados en el cuadro anterior superan el 10% respecto al total de ingresos de la entidad, con ello se cumple el umbral cuantitativo para ser considerado un segmento sobre el que debe informarse.

c. Segmento de clientes

Es un componente identificable de la entidad, encargado de suministrar la información atendiendo a los diferentes tipos de clientes o agrupaciones de estos por sus similitudes. Los clientes se pueden clasificar por el tipo de producto o servicio que adquieren, por el volumen de venta u otra característica que diferencie a un cliente con otro, siendo este significativo en los ingresos de actividades ordinarias. A continuación se presenta un ejemplo del segmento de clientes:

Tabla 3
Identificación de segmentos de clientes

Segmento de clientes	Ventas por segmento	%	Central	Norte	Sur	Oriente	Occidente
Clientes A	2,000,000.00	36%	360,000.00	420,000.00	440,000.00	400,000.00	380,000.00
Clientes B	850,000.00	15%	153,000.00	178,500.00	187,000.00	170,000.00	161,500.00
Clientes C	1,150,000.00	21%	207,000.00	241,500.00	253,000.00	230,000.00	218,500.00
Clientes D	700,000.00	13%	126,000.00	147,000.00	154,000.00	140,000.00	133,000.00
Clientes E	800,000.00	15%	144,000.00	168,000.00	176,000.00	160,000.00	152,000.00
Total	5,500,000.00	100%	990,000.00	1,155,000.00	1,210,000.00	1,100,000.00	1,045,000.00

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

Los clientes se encuentran segmentados en cinco grupos identificados en el cuadro anterior, estos se clasifican por su ubicación geográfica, los ingresos por cada segmento de clientes supera el 10% respecto al total de ingresos de la entidad, con ello se cumple el umbral cuantitativo para ser considerado un segmento sobre el que debe informarse.

3.4.2 Referencia técnica

La Norma Internacional de Información Financiera número ocho Segmentos de Operación, fue emitida en noviembre del 2,006, por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), misma que sustituyó la Norma Internacional de Contabilidad número catorce Información Financiera por Segmentos, emitida en agosto de 1,997 por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB).

3.5 Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

La Norma Internacional de Información Financiera 8 Segmentos de Operación, en adelante la Norma establece los requerimientos para la revelación de información sobre los segmentos de operación de una entidad y también sobre sus productos y servicios, las áreas geográficas en las que opera y sus principales clientes.

“Los segmentos de operación son componentes de una entidad sobre la que se dispone de información financiera separada que es evaluada regularmente por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación para decidir cómo asignar recursos y para evaluar el rendimiento”. (9:338)

3.6 Principio básico

El objetivo de esta norma es proporcionar a los usuarios de los estados financieros información que permita evaluar los efectos financieros derivados de las actividades que la empresa desarrolla.

3.7 Alcance

“Esta NIIF se aplicará a:

- a. Los estados financieros separados o individuales de una entidad:

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

Cuando una entidad que no esté obligada a aplicar esta NIIF opte por revelar información sobre segmentos que no cumpla con ella, no describirá esa información como información por segmentos.

Si un informe financiero de una entidad controladora que se encuentre dentro del alcance de esta NIIF incluyese tanto sus estados financieros consolidados como sus estados financieros separados, sólo se requerirá información por segmentos en los estados financieros consolidados”. (9:342)

3.8 Segmentos de operación

Un segmento de operación es una parte del negocio que cumple ciertas características y su resultado incide de forma significativa en el negocio, entre ellas:

- a. Que desarrolla actividades de negocio de las que puede generar ingresos o incidir en gastos.
- b. Conjunto de actividades de las cuales se presenta y revisa resultados de manera regular por la máxima autoridad para la toma de decisiones que inciden en el negocio, tales como asignación de recursos y evaluación del rendimiento de dicho segmento.
- c. Disponer de información diferenciada por cada segmento.

Un segmento de operación también puede comprender actividades de negocio que no generen ingresos por ser de nueva creación.

No todas las partes del negocio son considerados segmentos de operación aunque estas generen ingresos, ya que puede que estos no son significativos en la operación de la empresa.

3.9 Segmentos sobre los que debe informarse

La entidad informará de forma separada sobre los segmentos que cumplan con las características a que se refiere esta norma, así como los segmentos que su representación sea mayor al 10% en sus ingresos, resultados y activos respecto a los de la entidad en su conjunto.

3.9.1 Criterios de agregación

Los segmentos de operación con características económicas similares pueden generar a largo plazo un rendimiento financiero parecido. Pueden agregarse dos o más segmentos de operación en uno solo cuando la agregación de estos

no resulte perjudicial para que los usuarios evalúen la naturaleza y efectos financieros de las actividades de negocio que se desarrollan en la entidad, estos también deben tener características económicas parecidas en cada uno de los siguientes aspectos:

- “La naturaleza de los productos y servicios
- La naturaleza de los procesos de producción
- El tipo o categoría de clientes a los que se destina sus productos y servicios
- Los métodos usados para distribuir sus productos o prestar los servicios; y
- Si fuera aplicable, la naturaleza del marco normativo; por ejemplo; bancario, de seguros o de servicios públicos”. (9:344)

A continuación un ejemplo del criterio de agregación de los segmentos:

Tabla 4
Agregación de segmentos

Producto	Ventas por producto	%	Segmento	Ventas por segmento	%
Clase A	120,000.00	6%	Segmento A	445,000.00	22%
Clase B	150,000.00	8%			
Clase C	175,000.00	9%			
Clase D	185,000.00	9%	Segmento B	510,000.00	26%
Clase E	175,000.00	9%			
Clase F	150,000.00	8%			
Clase G	175,000.00	9%	Segmento C	370,000.00	19%
Clase H	120,000.00	6%			
Clase I	75,000.00	4%			
Clase J	675,000.00	34%	Segmento D	675,000.00	34%
Total	<u>2,000,000.00</u>	<u>100%</u>		<u>2,000,000.00</u>	<u>100%</u>

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

En el ejemplo anterior se muestra como se agregaron algunos productos que forman parte de segmentos individuales para integrar un solo segmento, ya que por sí solos no cumplen con el umbral cuantitativo para ser considerado un segmento sobre el que deba informarse por separado.

3.9.2 Umbrales cuantitativos

La entidad deberá informar por separado sobre los segmentos de operación que alcancen los siguientes umbrales cuantitativos:

- a. Los ingresos del segmento por actividades ordinarias deben ser superiores al 10% de los ingresos de actividades ordinarias de todos los segmentos.
- b. El resultado del segmento debe ser igual o mayor al 10% del valor que sea mayor entre la ganancia o pérdida reportada por todos los segmentos.
- c. Los activos del segmento son iguales o superiores al 10% de los activos de todos los segmentos.

A continuación un ejemplo de la prueba de ingresos para determinar el cumplimiento del umbral cuantitativo:

Tabla 5
Prueba de ingresos

Segmento	Ventas por segmento	%	Umbral cuantitativo
Producto A	100,000.00	5%	NO APLICA
Producto B	600,000.00	30%	SI APLICA
Producto C	150,000.00	8%	NO APLICA
Producto D	500,000.00	25%	SI APLICA
Producto E	650,000.00	33%	SI APLICA
Total ventas	2,000,000.00	100%	

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

En el ejemplo anterior se realizó la prueba de ingresos a los segmentos, para determinar cuáles cumplen con el umbral cuantitativo de los ingresos, para ser considerado un segmento sobre el que deba informarse de forma separada, según los requerimientos de la Norma.

A continuación un ejemplo de la prueba de resultados para determinar el cumplimiento del umbral cuantitativo:

Tabla 6
Prueba del resultado

Segmento	Ventas por segmento	Costos por segmento	Resultado por segmento	%	Umbral cuantitativo
Producto A	100,000.00	75,000.00	25,000.00	6%	NO APLICA
Producto B	600,000.00	525,000.00	75,000.00	19%	SI APLICA
Producto C	150,000.00	110,000.00	40,000.00	10%	SI APLICA
Producto D	500,000.00	400,000.00	100,000.00	26%	SI APLICA
Producto E	650,000.00	500,000.00	150,000.00	38%	SI APLICA
Total ventas	2,000,000.00	1,610,000.00	390,000.00	100%	

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

En el cuadro anterior se realizó la prueba de resultados a los segmentos, para determinar cuáles cumplen con el umbral cuantitativo del resultado, para ser considerado un segmento sobre el que deba informarse de forma separada.

En el siguiente ejemplo se muestra la prueba de activos para determinar el cumplimiento del umbral cuantitativo.

Tabla 7
Prueba del activos

Segmento	Ventas por segmento	%	Distribución de activos	%	Umbral cuantitativo
Total Activo			5,000,000.00		
Producto A	100,000.00	5%	250,000.00	5%	NO APLICA
Producto B	600,000.00	30%	1,500,000.00	30%	SI APLICA
Producto C	150,000.00	8%	375,000.00	8%	NO APLICA
Producto D	500,000.00	25%	1,250,000.00	25%	SI APLICA
Producto E	650,000.00	33%	1,625,000.00	33%	SI APLICA
Total ventas	2,000,000.00	100%	5,000,000.00	100%	

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

En el ejemplo anterior se hizo una distribución de activos a cada segmento, con base a los porcentajes de ingresos de cada uno, derivado que no se tiene información de activos por cada segmento. Se realizó esta distribución para satisfacer la prueba de activos por segmento y determinar si cumple el umbral cuantitativo para ser considerado un segmento sobre el que debe informarse de forma separada.

Los segmentos de operación que no alcancen ninguno de los umbrales cuantitativos podrán ser considerados segmentos sobre los que debe informarse si la dirección estima que podría ser útil para los usuarios de los estados financieros.

La entidad podrá combinar la información de segmentos de operación que no alcancen los umbrales cuantitativos con otros segmentos que tampoco lo hagan para formar un segmento de información sobre el que deba informarse,

toda vez estos segmentos de operación tengan características económicas similares y compartan los criterios de agregación que indica esta norma.

Los ingresos externos por actividades ordinarias de los segmentos de operación sobre los que debe informarse, deben representar el 75% de los ingresos totales de los ingresos ordinarios de la entidad, en caso contrario se identificarán otros segmentos de operación aunque estos no cumplan con los umbrales cuantitativos, hasta que no menos del 75% de los ingresos de las actividades ordinarias de la entidad provengan de segmentos sobre los que debe informarse.

A continuación un ejemplo del cumplimiento del umbral cuantitativo que hace referencia que los ingresos de los segmentos sobre los que se informa debe ser igual o mayor al 75% del total de ingresos de la entidad:

Tabla 8
Prueba de ingresos totales

Segmento	Ventas por segmento	%	Umbral cuantitativo
Producto A	100,000.00	5%	NO APLICA
Producto B	600,000.00	30%	SI APLICA
Producto C	150,000.00	8%	NO APLICA
Producto D	500,000.00	25%	SI APLICA
Producto E	650,000.00	33%	SI APLICA
Total ventas	2,000,000.00	100%	

RESUMEN

Descripción	Ventas por segmento	%
Si aplican	1,750,000.00	88%
No aplican	250,000.00	12%
Total ventas	2,000,000.00	100%

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación

El ejemplo anterior muestra que los segmentos que cumplen los umbrales cuantitativos de ingresos, para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse de forma separada, representan el 88% del total de ingresos ordinarios de la empresa, con ellos se cumple lo requerido por la Norma Internacional de Información Financiera 8.

La información de los segmentos sobre los que no debe informarse se combinará con otros segmentos, y se revelará en la categoría de resto de los segmentos, se deberá describir las fuentes de los ingresos de las actividades ordinarias de la categoría resto de segmentos.

Si un segmento de operación sobre el que debió informarse en el período inmediato anterior, sigue siendo significativo en el período actual a consideración de la dirección, la información de este segmento se seguirá revelando por separado aunque este no cumpla con los criterios para informar sobre el mismo.

Asimismo si un segmento de operación es identificado como un segmento sobre el que debe informarse en el período actual de conformidad con los umbrales cuantitativos, la información segmentada del período anterior se deberá reexpresar a efecto de considerar el nuevo segmento aunque este no haya cumplido los criterios para informar, a menos que no se cuente con la información necesaria y su costo de obtención resulte excesivo.

3.10 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 negocios que desarrolla y los entornos económicos en los que opera”.

(9:346)

La empresa revelará la siguiente información para cada periodo por el que presente un estado de resultados integral:

3.10.1 Información general

Una entidad revelará la siguiente información general:

- Los factores que sirvieron de base para identificar los segmentos de operación sobre los que debe informarse, incluyendo si estos han sido organizados por productos o servicios, zonas geográficas, grupos de clientes, marcos normativos o alguna combinación de estos, y si se han agregado varios segmentos de operación.
- Los razonamientos realizados por la gerencia al aplicar criterios de agregación, incluir una breve descripción de los segmentos de operación que se han agregado y los indicadores económicos que han sido evaluados para determinar que estos cumplen con características similares.
- Tipos de productos y servicios de los que cada segmento de operación obtiene sus ingresos de las actividades ordinarias.

3.10.2 Información sobre resultados, activos y pasivos

Una entidad informará sobre la medición de los resultados, activos y pasivos de cada segmento sobre el que se deba informar, si estos importes se facilitan con regularidad a la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación. Adicional una entidad revelará la siguiente información acerca de cada segmento sobre el que deba informar, cuando esta información este incluida en la medida del resultado por cada segmento que examina la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación o cuando se facilite la información de otra forma con regularidad:

- Los ingresos de actividades ordinarias procedentes de clientes externos;

- Los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de transacciones con otros segmentos de operación de la misma entidad;
- Los ingresos de actividades ordinarias por intereses;
- Los gastos por intereses;
- La depreciación y amortización;
- Las partidas significativas de ingresos y gastos reveladas de acuerdo con el párrafo 97 de la Norma Internacional de Contabilidad uno.
- La participación de la entidad en el resultado de asociadas y de negocios conjuntos contabilizados según el método de participación;
- El gasto o el ingreso por el impuesto sobre las ganancias; y
- Las partidas significativas no monetarias distintas de las de depreciación y amortización.

Una entidad informará por separado los ingresos por intereses de los gastos por intereses de cada segmento sobre el que deba informarse, salvo cuando la mayor parte de los ingresos de las actividades ordinarias del segmento corresponda a intereses y la máxima autoridad en la toma de decisiones de la operación evalúe el rendimiento del segmento y decida acerca de los recursos que deben asignársele teniendo en consideración los ingresos netos por intereses. Siendo así la entidad podrá informar los ingresos por intereses de ese segmento netos de sus gastos por intereses.

“Una entidad revelará la siguiente información respecto a cada segmento sobre el que deba informar, siempre que los importes especificados se incluyan en la" medida de los activos de los segmentos que examina la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación, o se le faciliten de otra forma con regularidad aunque no se incluyan en la medida de los activos de los segmentos:

- El importe de las inversiones en asociadas y en los negocios conjuntos que se contabilicen según el método de la participación, y
- El importe de las adiciones de activos no corrientes que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos de beneficios definido y derechos derivados de contratos de seguros”.(9:348)

3.11 Medición

El importe de cada partida presentada en los segmentos, deberá coincidir con el importe total presentado a la máxima autoridad para la toma de decisiones respecto a la asignación de recursos al segmento y evaluar su rendimiento. Los ajustes y eliminaciones efectuados en la elaboración de los estados financieros, así como la asignación de ingresos de las actividades ordinarias, gastos, ingresos y pérdidas o ganancias, solo se tendrán en cuenta al determinar las pérdidas o ganancias a presentar en los segmentos cuando se incluyan en la medida de los resultados del segmento utilizados por la máxima autoridad para la toma de decisiones de operación. De la misma forma, solo se informarán, en relación con un segmento específico, los activos y pasivos que se incluyan en el importe de los activos y pasivos de ese segmento utilizados por la máxima autoridad para la toma de decisiones de operación. La asignación de importes a los resultados, activos o pasivos presentados por los segmentos, deberá hacerse con un criterio razonable de reparto.

“Si la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación sólo utilizase una medida del resultado de un segmento de operación o de los activos o pasivos del mismo al evaluar el rendimiento de los segmentos y decidir sobre la asignación de recursos, los resultados, los activos y los pasivos de los segmentos se presentarán con arreglo a esas medidas. Si la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación utilizase más de una medida de los

resultados de un segmento de operación o de los activos o pasivos del mismo, las medidas sobre las que se informe serán las que la dirección considere que se hayan obtenido con arreglo a los principios de medición más coherentes con los utilizados en la medición de los importes correspondientes de los estados financieros de la entidad”. (9:348)

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

- Los criterios de contabilización de cualquier transacción entre los segmentos sobre los que se debe informar
- La naturaleza de cualquier diferencia entre los importes del resultado presentados en los segmentos sobre los que se debe informar y los resultados de la entidad, antes de tener en cuenta el gasto o ingreso por el impuesto sobre las ganancias y las operaciones discontinuadas, si no se deducen claramente en las conciliaciones. Estas diferencias podrían incluir las políticas contables y los métodos de asignación de los costos centralizados que resulten necesarios para la comprensión de la información segmentada.
- La naturaleza de cualquier diferencia entre los importes de los activos presentados en los segmentos sobre los que se debe informar y los activos de la entidad, si no aparecen claramente en las conciliaciones. Estas diferencias podrían incluir las políticas contables y los métodos de asignación de activos utilizados conjuntamente que resulten necesarios para la comprensión de la información segmentada.
- La naturaleza de cualquier diferencia entre los importes de los pasivos presentados en los segmentos sobre los que se debe informar y los pasivos

de la entidad, si no aparecen claramente en las conciliaciones. Estas diferencias podrían incluir las políticas contables y los métodos de asignación de pasivos utilizados conjuntamente que resulten necesarios para la comprensión de la información segmentada.

- La naturaleza de cualquier cambio con respecto a períodos anteriores en los métodos de medición utilizados para determinar los resultados presentados por los segmentos y el efecto de tales cambios en la medida de los resultados de los segmentos.
- La naturaleza y el efecto de cualquier asignación asimétrica a los segmentos sobre los que deba informar.

3.11.1 Conciliaciones

La entidad facilitará las siguientes conciliaciones:

- a. El total de ingresos ordinarios de los segmentos sobre los que deba informar con el total de ingresos ordinarios de la entidad
- b. El total de la medida de los resultados de los segmentos sobre los que deba informar con los resultados de la entidad, antes de considerar el gasto o ingreso por impuestos y operaciones discontinuadas. Sin embargo si la entidad asignase una porción del gasto o ingreso por impuestos a los segmentos sobre los que deba informarse se deberá conciliar dicho saldo posterior a la incorporación de dichas partidas.
- c. El total de activos de los segmentos sobre los que deba informar con el total de activos de la entidad.
- d. El total de pasivos de los segmentos sobre los que deba informar con el total de pasivos de la entidad.
- e. El total de los importes de cualquier otra partida significativa presentada por los segmentos sobre los que deba informar con el importe total de dicha partida en la entidad.

Las partidas significativas se identificarán y describirán por separado.

3.11.2 Reexpresión de información presentada anteriormente

Si una entidad modifica su estructura de organización interna, y esto repercute en un cambio en la composición de los segmentos sobre los que deba informar, la información de los períodos anteriores deberá reexpresarse, salvo que no se cuente con la información necesaria y el costo de la obtención de la misma resulte excesivo. La determinación del costo para la obtención de la información que no está disponible deberá analizarse por cada partida individual a revelar. En el cambio de composición de los segmentos sobre los que se deba informar la entidad deberá revelar si realizó la reexpresión de la información segmentada de los periodos anteriores.

Si una entidad ha modificado su estructura interna y esta ha provocado un cambio en la composición de los segmentos sobre los que deba informar, y la entidad no reexpresa la información segmentada de periodos anteriores, esta deberá revelar en el periodo de la modificación la información sobre los segmentos que deba informar con el nuevo criterio de segmentación y el criterio de segmentación antiguo, salvo que no se cuente con la información y el costo de obtención resulte excesivo.

3.12 Información a revelar sobre la entidad en su conjunto

Las entidades que estén sujetas o aquellas que decidan adoptar la Norma Internacional de Información Financiera número ocho, deberán revelar información sobre productos y servicios, información sobre áreas geográficas e información sobre los principales clientes, toda vez esta información no esté incluida ya en la información exigida por esta norma respecto a los segmentos sobre los que deba informar.

3.12.1 Información sobre productos y servicios

Una entidad revelara los ingresos obtenidos de actividades ordinarias provenientes de clientes externos, de los diferentes productos o servicios, o por cada grupo de productos y servicios con características similares, salvo cuando no se disponga de dicha información y la obtención de la misma represente un costo excesivo, esta situación deberá informarse. Los importes de las actividades ordinarias presentadas se basarán en la información financiera utilizada para elaborar los estados financieros de la entidad.

3.12.2 Información sobre áreas geográficas

Una entidad revelará la siguiente información respecto a áreas geográficas, salvo que no disponga de dicha información y el costo de obtención de la misma sea excesivo:

- a. Los ingresos de actividades ordinarias provenientes de clientes externos, correspondientes al país de domicilio de la entidad y los correspondientes a todos los países extranjeros en los que la entidad obtenga ingresos de las actividades ordinarias. Cuando los ingresos de actividades ordinarias provenientes de clientes externos correspondientes a un país extranjero en particular sean significativos, estos deberán revelarse de forma separada. La entidad deberá revelar los criterios de asignación de los ingresos por actividades ordinarias de terceros a los diferentes países.
- b. Los activos no corrientes que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos correspondientes a beneficios post-empleos y derechos derivados de contratos de seguros, localizados en el país de domicilio de la entidad y los localizados en todos los países extranjeros donde la entidad tenga activos. Cuando los activos en un país extranjero sean significativos estos deberán revelarse por separado.

Los importes presentados se basarán en la información financiera utilizada para elaborar los estados financieros de la entidad. Cuando no se disponga de la información necesaria y su costo de obtención sea excesivo, se revelara esta situación.

3.12.3 Información sobre los principales clientes

Una entidad revelará el grado de dependencia de sus principales clientes. Si los ingresos por actividades ordinarias provenientes de un solo cliente externo representan el 10 por ciento o más de sus ingresos de las actividades ordinarias, la entidad revelará esta situación, así como el total de ingresos por actividades ordinarias provenientes de cada uno de estos clientes y el nombre del segmento o segmentos que proporcionan estos ingresos. La entidad no necesitará revelar la identidad de los clientes importantes o el importe de los ingresos por actividades ordinarias que presenta cada segmento por este cliente.

En resumen el proceso de segmentación se realiza en el orden siguiente:

No.	Actividad
1.	Identificación de los segmentos de operación que cumplan con las características que indica la norma.
2.	Identificar los segmentos sobre los que debe informarse.
3.	Agregar los segmentos que poseen características económicas si se estima útil para los usuarios de la información.
4.	Realizar pruebas para determinar que segmentos cumplen con los umbrales cuantitativos de ingresos, resultados y activos.
5.	Los segmentos que no cumplen con los umbrales cuantitativos, se agregarán al resto de segmentos.

No.	Actividad
6.	Validar si los ingresos de los segmentos que cumplen con los umbrales cuantitativos, representan el 75% de los ingresos por actividades ordinarias de la entidad.
7.	Si los segmentos que cumplen los umbrales cuantitativos no representan el 75% del total de ingresos de la entidad, se deberá informar de otro segmento aunque este no cumpla los umbrales cuantitativos, ya que la norma indica que los segmentos sobre los que se debe informar deben representar el 75% de los ingresos de la entidad.
8.	Elaborar estados financieros por segmentos de operación.
9.	Revelar información general que requiere la Norma.

CAPÍTULO IV
EL CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR COMO CONSULTOR EN EL
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE POR SEGMENTOS EN UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA LA
CONSTRUCCIÓN
(CASO PRÁCTICO)

4.1 Antecedentes de la empresa

La empresa Comercializadora de Productos para la Construcción, S.A. fue constituida bajo las leyes de Guatemala el 28 de junio del año 1,998, inició sus operaciones con puntos de venta en cinco departamentos, Guatemala, Chimaltenango, Escuintla, El Progreso y Zacapa, actualmente cuenta con 17 sucursales en los departamentos de Guatemala, Quetzaltenango, Retalhuleu, Chimaltenango, Suchitepéquez, Izabal, Peten, Sacatepéquez, San Marcos, Escuintla, Alta Verapaz, Huehuetenango y Baja Verapaz, su principal actividad es la comercialización de productos utilizados para la construcción.

La empresa comercializa 17 categorías de productos para la construcción, acero, materiales de construcción, cerámicos, baños, fontanería, PVC, ferretería, pinturas, eléctricos, cerrajería, jardinería, iluminación, madera, tornillería, químicos, servicios de instalación y herramientas.

El objetivo de este trabajo de consultoría es proporcionar a la administración un análisis que permita conocer la rentabilidad del negocio por cada segmento identificado según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación. Para efectos de este trabajo de tesis únicamente se segmentará el estado de situación financiera y el estado de resultados.

4.2 Solicitud de servicios profesionales

Guatemala, 15 de julio de 2018

Señora

Angélica Aguilar

Consultores Administrativos y Financieros

Ciudad

Estimados señores:

Por la diversidad de productos que la empresa comercializa en las diferentes regiones del país ha surgido la necesidad de tener información financiera por cada uno de ellos aplicando una base técnica para la preparación y presentación de la información, por ello mi representada está interesada en contratar los servicios profesionales de consultoría para realizar el análisis de la información contable de los segmentos indicados bajo el marco de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación, la información que se requiere analizar es la correspondiente del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2017.

Por tanto estamos interesados en recibir una propuesta de servicios profesionales que cubra lo que la dirección requiere.

La empresa posee información contable de los ingresos, costos y gastos por producto y región, la cual será proporcionada para llevar a cabo el trabajo solicitado.

Si requiere aclaraciones adicionales para la presentación de la propuesta de servicios profesionales, favor comunicarse por vía electrónica al siguiente correo asistegerencia@construmateriales.com.

Sin más que agregar quedamos a la espera de su propuesta de servicios antes del 25 de julio del 2018.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Isaac Hernández', with a horizontal line underneath.

Lic. Isaac Hernández

Gerencia General

4.3 Propuesta de servicios

Guatemala, 25 de Julio de 2018

Lic. Isaac Hernández

Gerente General

Comercializadora de Productos para la Construcción, S.A.

Ciudad

Estimado Licenciado Hernández:

Por medio de la presente me permito darle a conocer la propuesta de servicios profesionales, para llevar a cabo el Análisis de la información contable por segmentos acorde a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación.

- **OFERTA TÉCNICA**

- a. Alcance del trabajo:**

- Se efectuará el análisis de la información contable por segmentos del periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del 2017, para realizar dicho análisis se segmentará el estado de resultados y el estado de situación financiera por segmentos de operación y geográficos, según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, segmentos de operación

- b. Enfoque del trabajo:**

- El trabajo de consultoría que se llevará a cabo servirá de herramienta para la administración en la toma de decisiones, porque se analizará la información contable por segmentos que permitirá conocer la rentabilidad de los segmentos identificados en la empresa según los requerimientos que

establece la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

c. Trabajo de campo

El trabajo de campo que se realizará consiste en recabar información necesaria para llevar a cabo el análisis de la información contable por segmentos, esta etapa se llevará a cabo en 5 horas, distribuidas en las fechas que se pacten con la administración, para ello se desarrollarán las siguientes actividades:

- Entrevista contador general
- Solicitud de información diferenciada por segmentos de operación de ingresos, costos, gastos, utilidades y activos del periodo del análisis.
- Solicitud de información diferenciada por segmentos geográficos de ingresos, costos, gastos, utilidades y activos del periodo del análisis.

d. Trabajo de gabinete

Con la información que se obtuvo en el trabajo de campo realizado, se llevarán a cabo las siguientes actividades, el tiempo estimado para realizar estas actividades es de 20 horas, en las fechas que se pacten con la administración.

En esta etapa se desarrollaran las siguientes actividades:

- Elaborar las pruebas de ingresos, resultado y activos de los segmentos identificados por la administración, para determinar el cumplimiento de los umbrales cuantitativos para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse.
- Analizar y revelar la información de los segmentos de operación sobre los que debe informarse.
- Analizar y revelar la información de los segmentos geográficos sobre los que debe informarse.

- Analizar la información de los segmentos de operación por medio de razones financieras
- Analizar la información de los segmentos geográficos por medio de razones financieras
- Analizar los estados financieros por segmentos de operación por medio del análisis vertical
- Analizar los estados financieros por segmentos geográficos por medio del análisis vertical
- Elaborar informe final que contenga información del rendimiento de los segmentos, así como las deficiencias encontradas con su respectiva recomendación, respecto al rendimiento de los segmentos.

e. Productos a presentar

Como resultado del trabajo a realizar se entregará de forma impresa y electrónica la siguiente información:

- Identificación de segmentos de operación
- Identificación de segmentos geográficos
- Análisis y revelación de información sobre los segmentos de operación
- Análisis y revelación de información sobre los segmentos geográficos
- Análisis de los segmentos de operación por medio de razones financieras
- Análisis de los segmentos geográficos por medio de razones financieras
- Análisis vertical de los estados financieros por segmentos de operación
- Análisis vertical de los estados financieros por segmentos geográficos
- Estados financieros por segmentos de operación
- Estados financieros por segmentos geográficos
- Informe final

- **OFERTA ECONÓMICA**

f. Honorarios profesionales

Con base al tiempo que se invertirá en el trabajo a realizar y el expertis en el área, el valor de los servicios profesionales es de dieciséis mil ochocientos quetzales exactos (Q. 16,800.00) IVA incluido, los cuales deberán ser cancelados contra presentación de las facturas de la siguiente manera:

- Primer pago del 50% al aceptar la presente propuesta de servicios
- Pago final del 50% al entregar el informe final

Es importante reiterar a la administración que para cumplir con los tiempos establecidos se requiere del apoyo y cumplimiento del personal asignado para entrega de información

Sin más que agregar a la presente propuesta de servicios, se suscribe como su atento servidor

Atentamente,



Angélica Aguilar
Consultores Administrativos y Financieros

4.4 Carta de aceptación de la consultoría

Guatemala 27 de julio del 2018

Señora
Angélica Aguilar
Consultores Administrativos y Financieros
Ciudad

Estimados señores:

Por medio de la presente hacemos de su conocimiento la aceptación de la propuesta de servicios de consultoría recibida con fecha 25 de julio del 2018, reiteramos nuestro compromiso en la entrega de la información necesaria para llevar a cabo el análisis de la información contable por segmentos, según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Isaac Hernández', written over a horizontal line.

Lic. Isaac Hernández
Gerente General

Comercializadora de Productos para la Construcción, S.A.

4.5 Índice de papeles de trabajo del consultor

Numeración	Descripción	Tabla	Página
4.6	Plan de Consultoría		74
4.7	Estado de resultados	9	78
4.7	Estado de situación financiera	10	79
4.7	Integración de ingresos por categoría de productos	11	80
4.7	Integración de costos de ventas por categoría de producto	12	81
4.7	Ingreso por regiones de Guatemala	13	82
4.7	Costos por regiones de Guatemala	14	82
4.7	Gastos por regiones de Guatemala	15	83
4.8.1	Identificación de segmentos de operación		84
4.8.2	Identificación de segmentos geográficos		85
4.9.1	Prueba de ingresos de segmentos de operación	16	86
4.9.2	Prueba de resultados de segmentos de operación	17	87
4.9.3	Prueba de activos de segmentos de operación	18	89
	Resumen de los % de los umbrales cuantitativos	19	91
4.10.1	Prueba de ingresos de segmentos geográficos	20	92
4.10.2	Prueba de resultados de segmentos geográficos	21	93
4.10.3	Prueba de activos de segmentos geográficos	22	95
	Resumen de los % de los umbrales cuantitativos	23	96
4.11	Análisis de segmentos de operación	24	97
4.11.1	Análisis del segmento de acero	25	99
4.11.2	Análisis del segmento de cerámicos	26	100
4.11.3	Análisis del segmento de materiales de construcción	27	101
4.11.4	Análisis del segmento de pinturas	28	102
4.11.5	Análisis del resto de segmentos	29	104
4.12	Análisis de segmentos geográficos	30	105
4.12.1	Análisis de los segmentos de la región metropolitana	31	107
4.12.2	Análisis del segmentos central	32	107
4.12.3	Análisis del segmento suroccidental	33	109
4.12.4	Análisis del resto de segmentos	34	110
4.12.5	Estado de resultados por segmento de operación	35	112
4.12.1	Estado de situación financiera	36	113
4.13.1	Margen de utilidad bruta en segmentos de operación	37	115
4.13.2	Margen de utilidad operativa en segmentos de operación	38	116
4.13.3	Margen de utilidad neta en segmentos de operación	39	118
4.13.4	Liquidez Segmentos de operación	40	119

Numeración	Descripción	Tabla	Página
4.13.5	Solvencia inmediata segmentos de operación	41	120
4.13.6	Inversión en activos fijos segmentos de operación	42	121
4.13.7	Propiedad segmentos de operación	43	122
4.13.8	Endeudamiento de segmentos de operación	44	123
4.13.9	Solidez segmentos de operación	45	124
4.13.10	Rotación de cuentas por cobrar segmentos de operación	46	125
4.13.11	Rotación de inventarios segmentos de operación	47	126
4.13.12	Resumen razones financieras segmentos de operación	48	127
4.14	Análisis vertical del estado de resultados por segmentos de operación	49	128
4.14	Análisis vertical del estado de situación financiera por segmentos de operación	50	129
4.15	Estado de resultados por segmentos geográficos	51	133
4.15	Estado de situación financiera por segmentos geográficos	52	134
4.15.1	Margen de utilidad bruta en segmentos geográficos	53	136
4.15.2	Margen de utilidad operativa en segmentos geográficos	54	137
4.15.3	Margen de utilidad neta en segmentos geográficos	55	139
4.15.4	Liquidez Segmentos geográficos	56	140
4.15.5	Solvencia inmediata segmentos geográficos	57	141
4.15.6	Inversión en activos fijos segmentos geográficos	58	142
4.15.7	Propiedad segmentos geográficos	59	143
4.15.8	Endeudamiento de segmentos geográficos	60	144
4.15.9	Solidez segmentos geográficos	61	145
4.15.10	Rotación de cuentas por cobrar segmentos geográficos	62	146
4.15.11	Rotación de inventarios segmentos geográficos	63	147
4.15.12	Resumen de razones financieras de segmentos geográficos	64	148
4.16	Análisis vertical del estado de resultados por segmentos geográficos	65	149
4.16	Análisis vertical del estado de situación financiera por segmentos geográficos	66	150
4.17	Resumen del caso práctico		153
4.18	Informe final		155

4.6 Planificación del trabajo de consultoría

A Continuación se detallan las actividades a realizar en el desarrollo de los servicios de consultoría para elaborar el análisis de la información contable por segmentos, según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación.

El trabajo de campo se realizará en las oficinas del cliente y el trabajo de gabinete en las oficinas de Consultores Administrativos y Financieros.

Cliente					Periodo:	
Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción					2017	
Realizado por:						
Angélica Aguilar						
Planificación de Consultoría						
Análisis de la Información Contable por Segmentos						
No	Descripción	Tiempo		Responsable	Ref.	
		Horas	Fecha			
I. FECHAS CLAVE						
1.-	Visita preliminar En esta actividad se entrevistará al contador respecto a la información contable por segmentos de la que disponen	2	31/07/2018	Angélica A.		
2.-	Requerimiento de información Se realizará un requerimiento por escrito al departamento de contabilidad solicitando información diferenciada de los ingresos, costos y gastos por producto y	1	01/08/2018	Angélica A.	Tabla 9 a la Tabla 15	

Ciente Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción				Periodo: 2017	
Realizado por: Angélica Aguilar					
Planificación de Consultoría Análisis de la Información Contable por Segmentos					
No	Descripción	Tiempo		Responsable	Ref.
		Horas	Fecha		
	región del periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del 2017				
3.-	Identificación de los segmentos Con base a la información de la empresa, identificar que si existen segmentos que cumplan los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiero 8, Segmentos de Operación	2	02/08/2018	Angélica A.	
4.-	Pruebas de Umbrales Cuantitativos Elaborar pruebas de ingresos, resultado y activos de los segmentos identificados por la administración, para determinar el cumplimiento de los umbrales cuantitativos	4	02/08/2018	Angélica A.	Tabla 16 a la Tabla 23

Cliente Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción				Periodo: 2017	
Realizado por: Angélica Aguilar					
Planificación de Consultoría Análisis de la Información Contable por Segmentos					
No	Descripción	Tiempo		Responsable	Ref.
		Horas	Fecha		
5.-	Análisis de los segmentos sobre los que debe informarse Analizar y revelar la composición de los segmentos que cumplieron con los umbrales cuantitativos, tanto segmentos de operación como geográficos	4	03/08/2018	Angélica A.	Tabla 24 a la Tabla 34
6.-	Análisis financiero Analizar mediante razones financieras los segmentos de operación y geográficos que cumplen los requerimientos de la Norma, para determinar la rentabilidad de cada uno.	4	04/08/2018	Angélica A.	Tabla 37 a la Tabla 48 Tabla 54 a la Tabla 64
7.-	Estados financieros por segmentos de operación y geográficos Presentar los estados financieros segmentados por producto y región	4	05/08/2018	Angélica A.	Tabla 35 Tabla 36 Tabla 49 Tabla 50 Tabla 51 Tabla 52 Tabla 65 Tabla 66

Ciente Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción		Periodo: 2017			
Realizado por: Angélica Aguilar					
Planificación de Consultoría Análisis de la Información Contable por Segmentos					
No	Descripción	Tiempo		Responsable	Ref.
		Horas	Fecha		
8.-	Informe Final Entrega de informe final que contenga la conclusión de la rentabilidad de los segmentos de operación y geográficos.	4	10/08/2018	Angélica A.	
<u>II. OBJETIVOS</u>					
Presentar información financiera por segmentos con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación					
Analizar la información contable por segmentos mediante razones financieras, para determinar los productos que generan mayor utilidad a la empresa					
<u>III. TRABAJO A REALIZAR</u>					
Información financiera por segmentos con base a los requerimientos de información de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación					
Análisis financiero de los segmentos sobre los que debe informarse y de la empresa en su conjunto					
Informe final de Consultoría					
Equipo de trabajo Consultora Angélica Aguilar					
Hecho por Angélica Aguilar					
Fecha 30 de julio 2018					

4.7 Información financiera de la Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción

Los estados financieros que a continuación se presentan fueron proporcionados por la Empresa

Tabla 9

Estado de Resultados

Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción, S.A.
del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2017
(Cifras expresadas en quetzales)

		Referencia
Ventas Netas	505,261,058	→ T.11/T.13
Costo de Ventas	(425,116,117)	→ T.12/T.14
Utilidad bruta en ventas	80,144,941	
Gastos de administración	(16,374,159)	→ T.51
Gastos de ventas	(38,206,371)	→ T.51
Gastos de operación	(54,580,530)	→ T.15
Utilidad en operación	25,564,411	
Gasto financiero	(2,607,528)	→ T.35/T.51
Otros gastos	(1,410,007)	→ T.35/T.51
Otros Gastos	(4,017,535)	→ T.15
Utilidad antes de impuesto	21,546,877	→ T.17/T.21
Impuesto sobre la renta	5,386,719	→ T.35/T.51
Reserva Legal	1,077,344	→ T.35/T.51
Utilidad Neta	15,082,814	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa

Tabla 10
Estado de Situación Financiera
Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción, S.A.
Al 31 de diciembre del año 2017
(Cifras expresadas en quetzales)

Activo		Referencia
Activo Corriente		
Efectivo	22,257,800	→ T.36/52
Cuentas por cobrar	82,163,097	→ T.36/52
Inventarios	137,051,175	→ T.36/52
Gastos pagados por anticipado	467,004	→ T.36/52
Total activos corrientes	241,939,075	→ T.18/22/36/52
Activo No Corriente		
Cuentas por cobrar a largo plazo	26,505,493	→ T.36/T.52
Documentos por cobrar a largo plazo	811,223	→ T.36/T.52
Terrenos, Inmuebles, maquinaria y equipo neto	17,137,403	→ T.36/T.52
Total de activos no corrientes	44,454,120	→ T.18/22/36/52
Total Activos	286,393,195	→ T.18/22/36/52
Pasivos y Patrimonio de los accionistas		
Pasivos Corrientes		
Cuentas por pagar	86,453,418	→ T.36/T.52
Total Pasivos Corrientes	86,453,418	
Pasivos no Corrientes		
Préstamo a largo plazo	61,831,234	→ T.36/T.52
Total Pasivos No Corrientes	61,831,234	
Total Pasivos	148,284,652	→ T.36/T.52
Patrimonio		
Capital pagado	90,000,000	→ T.36/T.52
Reserva legal	11,116,663	→ T.36/T.52
Utilidades retenidas	21,909,067	→ T.36/T.52
Resultado del periodo	15,082,814	→ T.36/T.52
Total del patrimonio	138,108,543	→ T.36/T.52
Total Pasivo y Patrimonio	286,393,195	→ T.36/T.52

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa

Tabla 11
Integración de Ingresos
por Categorías de Productos
(Cifras expresadas en quetzales)

Categoría	Valor Q.
Acero	122,071,072
Baños	15,612,567
Cerámicos	77,254,416
Cerrajería	1,465,257
Eléctricos	4,092,615
Ferretería	4,042,088
Fontanería	4,749,454
Herramientas	7,882,073
Iluminación	1,162,100
Jardinería	808,418
Madera	3,839,984
Materiales de Construcción	227,165,372
Pinturas	22,383,065
PVC	7,326,285
Químicos	3,284,197
Servicios de Instalación	454,735
Tornillería	1,667,361
Total	505,261,058

←T.9

→T.16/17

***Fuente:** Elaboración propia con información
obtenida de la empresa*

La empresa tiene identificados los ingresos de las actividades ordinarias en 17 categorías, las cuales son consideradas posibles segmentos de operación, hasta que se realicen las pruebas de los umbrales cuantitativos que indica la Norma, para definir los segmentos de información sobre los que se debe informar.

Tabla 12
Costo de ventas por Categorías de
productos
(Cifras expresadas en quetzales)

Categoría	Valor Q.
Acero	105,173,727
Baños	12,328,367
Cerámicos	61,641,837
Cerrajería	1,062,790
Eléctricos	3,188,371
Ferretería	3,230,882
Fontanería	3,230,882
Herramientas	6,079,160
Iluminación	935,255
Jardinería	552,651
Madera	3,528,464
Mat. Construcción	197,934,064
Pinturas	16,834,598
PVC	5,654,044
Químicos	2,125,581
Ser, instalación	297,581
Tornillería	1,317,860
Total	425,116,117

←T.9

→T.20/21

Fuente: *Elaboración propia con información obtenida de la empresa.*

La tabla anterior muestra el costo de venta por categoría, el cual será de utilidad para determinar la utilidad bruta de la empresa por categoría.

A continuación los ingresos, costo de ventas y gastos por región, la empresa tiene presencia en siete regiones del país.

Tabla 13
Ingreso por Regiones
de Guatemala
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Región	Valor Q.
1	Metropolitana	252,630,529
2	Norte	30,315,663
3	Nororiental	15,157,832
4	Central	55,578,716
5	Suroccidental	106,104,822
6	Noroccidental	20,210,442
7	Petén	25,263,053
Total		505,261,058

←T.9

→T.20/T.21

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa.

Tabla 14
Costos por Regiones
de Guatemala
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Región	Valor Q.
1	Metropolitana	211,308,058
2	Norte	25,406,967
3	Nororiental	12,753,483
4	Central	46,862,773
5	Suroccidental	89,074,384
6	Noroccidental	18,004,645
7	Petén	21,705,806
Total		425,116,117

←T.9

→T.21

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa.

Tabla 15
Gastos por Regiones
de Guatemala
(Cifras expresadas en quetzales)

No.	Región	Valor Q.
1	Metropolitana	24,025,206
2	Norte	5,859,806
3	Nororiental	4,101,865
4	Central	4,687,845
5	Suroccidental	15,821,477
6	Noroccidental	1,171,961
7	Petén	2,929,903
	Total	58,598,065

←T.9

→T.21

Fuente: *Elaboración propia con información obtenida de la empresa.*

4.8 Identificación de segmentos

Se cuenta con información de categorías de productos, así como de áreas geográficas.

4.8.1 Segmentos de operación

Se identificaron los siguientes segmentos de operación, estas son las categorías de productos que la empresa comercializa, fueron considerados segmentos de operación derivado que se cuenta con información diferenciada de los ingresos y costos de los mismos.

- Acero
- Baños
- Cerámicos
- Cerrajería
- Eléctricos
- Ferretería
- Fontanería
- Herramientas
- Iluminación
- Jardinería
- Madera
- Materiales de Construcción
- Pinturas
- PVC
- Químicos
- Servicios de Instalación
- Tornillería

Para que estas categorías sean catalogados segmentos sobre los que debe informarse, se deben realizar las pruebas para determinar que cumplen con los umbrales cuantitativos.

4.8.2 Segmentos geográficos

Se identificaron los siguientes segmentos geográficos, estas son las regiones en las que se comercializa productos para la construcción. Fueron considerados segmentos geográficos derivado que se cuenta con información diferenciada de los ingresos y costos de los mismos. Sin embargo se deben realizar las pruebas para determinar que cumplen con los umbrales cuantitativos, para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse.

- Metropolitana
- Norte
- Nororiental
- Central
- Suroccidental
- Noroccidental
- Petén

4.9 Umbrales cuantitativos de segmentos de operación

A continuación se realizarán pruebas para establecer los segmentos sobre los que debe informarse de forma separada.

4.9.1 Pruebas de ingresos

Los ingresos totales de la entidad equivalen a Q. 505, 261,057.75, el diez por ciento de este valor es Q. 50, 526, 105.77, para que los segmentos cumplan el umbral cuantitativo de los ingresos deberá tener ingresos iguales o mayores a este valor.

Tabla 16
Prueba de ingresos de segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Categoría	Valor Q.	%	Aplica
1	Acero	122,071,072	24.16	Si
2	Baños	15,612,567	3.09	No
3	Cerámicos	77,254,416	15.29	Si
4	Cerrajería	1,465,257	0.29	No
5	Eléctricos	4,092,615	0.81	No
6	Ferretería	4,042,088	0.80	No
7	Fontanería	4,749,454	0.94	No
8	Herramientas	7,882,073	1.56	No
9	Iluminación	1,162,100	0.23	No
10	Jardinería	808,418	0.16	No
11	Madera	3,839,984	0.76	No
12	Mat. Construcción	227,165,372	44.96	Si
13	Pinturas	22,383,065	4.43	No
14	PVC	7,326,285	1.45	No
15	Químicos	3,284,197	0.65	No
16	Ser. Instalación	454,735	0.09	No
17	Tornillería	1,667,361	0.33	No
	Total	505,261,058	100	

←T.11

→T.24/T.35

→T.19

Resumen tabla 16	Valor	%
Segmentos sobre los que debe informarse	426,490,859	84
Resto de segmentos	78,770,199	16
Total	505,261,058	100

Fuente: Elaboración propia, con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Los segmentos de operación que cumplen con el umbral cuantitativo de los ingresos son el acero, cerámicos y los materiales de construcción con un 24.16%, 15.29% y 44.96% respectivamente.

4.9.2 Prueba de resultados

Tabla 17
Prueba de resultados de segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ventas	Costo de ventas	Gastos de Operación y Otros gastos	Ganancia	%	Aplica
1	Acero	122,071,072	105,173,727	14,157,292	2,740,052	12.72	Si
2	Baños	15,612,567	12,328,367	1,810,680	1,473,519	6.84	No
3	Cerámicos	77,254,416	61,641,837	8,959,644	6,652,935	30.88	Si
4	Cerrajería	1,465,257	1,062,790	169,934	232,532	1.08	No
5	Eléctricos	4,092,615	3,188,371	474,644	429,599	1.99	No
6	Ferretería	4,042,088	3,230,882	468,785	342,421	1.59	No
7	Fontanería	4,749,454	3,230,882	550,822	967,750	4.49	No
8	Herramientas	7,882,073	6,079,160	914,130	888,782	4.12	No
9	Iluminación	1,162,100	935,255	134,776	92,069	0.43	No
10	Jardinería	808,418	552,651	93,757	162,010	0.75	No
11	Madera	3,839,984	3,528,464	295,345	16,175	0.08	No
12	Mat.construcción	227,165,372	197,934,064	26,345,690	2,885,618	13.39	Si
13	Pinturas	22,383,065	16,834,598	2,595,894	2,952,572	13.70	Si
14	PVC	7,326,285	5,654,044	849,672	822,569	3.82	No
15	Químicos	3,284,197	2,125,581	380,887	777,729	3.61	No
16	Serv.installación	454,735	297,581	52,738	104,415	0.48	No
17	Tornillería	1,667,361	1,317,860	343,374	6,128	0.03	No
	Total	505,261,058	425,116,117	58,598,065	21,546,877	100.00	
		←T.11	←T.12 →T.35	(*)	←T.9 →T.24	→T.19	

Resumen	Valor	%
Segmentos sobre los que debe informarse	15,231,177	71
Resto de segmentos	6,315,700	29
Total	21,546,877	100

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

La utilidad de la empresa asciende a Q. 21, 546,876.59, el diez por ciento de este valor es Q. 2,154,687.66, según el umbral cuantitativo los segmentos que alcancen o superen el diez por ciento formaran parte de los segmentos sobre los que debe informarse de forma separada.

Los segmentos que cumplen con el umbral cuantitativo de la ganancia son el acero, cerámicos, materiales de construcción y pintura, con un 12.72%, 30.88%, 13.39% y 13.70% respectivamente de representatividad del total de la ganancia de la empresa. La ganancia de los segmentos sobre los que debe informarse representa el 70.69% del total de la ganancia del período. Los segmentos que no cumplen con el umbral cuantitativo representan el 29.31%, estos se agregan al resto de segmento

Nota (*): La empresa no contaba con información diferenciada de los rubros de gastos de operación y otros gastos por lo que se hizo el reparto a los segmentos de acuerdo a sus ingresos, esto con base a los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Información.

Los activos de la empresa ascienden a Q. 286, 393,194.95, integrado por Q. 241, 939,075.45 activo corriente y Q. 44, 454,119.50 activo no corriente, el diez por ciento del activo corresponde Q. 24, 193,907.54 al activo corriente y Q. 4, 445,411.95 al activo no corriente, según el umbral cuantitativo los segmentos que alcancen o superen el diez por ciento formaran parte de los segmentos sobre los que debe informarse de forma separada.

La empresa no tiene información diferenciada de los activos por cada segmento de operación, por lo que se distribuyeron en relación a los ingresos de cada segmento. La NIIF ocho no propone algún criterio para este reparto, solo hace referencia a que el criterio de reparto utilizado sea razonable.

Los segmentos de operación que cumplen con el umbral cuantitativo de los activos son el acero, cerámicos y materiales de construcción, con un porcentaje de representatividad en los activos de 24.16%, 15.29% y 44.96 respectivamente.

Los segmentos de operación que cumplieron los umbrales cuantitativos para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse de forma separada son:

- Acero
- Cerámicos
- Materiales de construcción
- Pintura

Tabla 19
Resumen
% de los umbrales cuantitativos

No	Segmento	% Ingresos	% Ganancia	% Activos
1	Acero	24	13	24
2	Cerámicos	15	31	15
3	Mat. Construcción	45	13	45
4	Pinturas	4	14	4
5	Resto de segmentos	11	29	11
	Total Segmentos	100	100	100

←T.16 ←T.17 ←T.18

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

El segmento de pintura se incluyó entre los segmentos sobre los que debe informarse, aunque este no cumpla con el umbral cuantitativo de los ingresos y activos, por la representatividad del mismo en la ganancia de la empresa, por ello se considera importante para informar este segmento de forma separada, la Norma permite adoptar este criterio toda vez la información sea útil para los usuarios de los estados financieros.

4.10 Umbrales cuantitativos de segmentos geográficos

A continuación se realizarán pruebas para establecer los segmentos geográficos sobre los que debe informarse de forma separada.

4.10.1 Pruebas de ingresos

Los ingresos totales de la entidad equivalen a Q. 505, 261,057.75, el diez por ciento de este valor es Q. 50, 526, 105.77, para que los segmentos cumplan el umbral cuantitativo de los ingresos deberá tener ingresos iguales o mayores a este valor.

Tabla 20
Prueba de ingresos de segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Región	Valor Q.	%	Aplica
1	Metropolitana	252,630,529	50	Si
2	Norte	30,315,663	6	No
3	Nororiental	15,157,832	3	No
4	Central	55,578,716	11	Si
5	Suroccidental	106,104,822	21	Si
6	Noroccidental	20,210,442	4	No
7	Petén	25,263,053	5	No
Total		505,261,058	100	

←T.13 →T.23
→T.30/51

Resumen	Valor Q.	%
Segmentos sobre los que debe informarse	414,314,067	82
Resto de segmentos	90,946,990	18
Total	505,261,058	100

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Los segmentos geográficos que cumplen el umbral cuantitativo de los ingresos son la región metropolitana, región central y la región suroccidental, con porcentajes que superan el 10% de los ingresos totales de la empresa, los porcentajes de representatividad de los segmentos son 50%, 11% y 21% respectivamente. Los ingresos de los segmentos sobre los que debe informarse representan el 82%. Los segmentos que no cumplen con el umbral cuantitativo equivalen al 18% de ingresos, estos se consideran como el resto de segmentos.

4.10.2 Prueba de resultados

Tabla 21
Prueba de resultados de segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ventas	Costo de ventas	Gastos de operación y Otros gastos	Ganancia	%	Aplica
1	Metropolitana	252,630,529	211,308,058	26,076,139	15,246,332	71	Si
2	Norte	30,315,663	25,406,967	4,687,845	220,851	1	No
3	Nororiental	15,157,832	12,753,483	2,343,923	60,426	0	No
4	Central	55,578,716	46,862,773	6,445,787	2,270,156	11	Si
5	Suroccidental	106,104,822	89,074,384	14,649,516	2,380,921	11	Si
6	Noroccidental	20,210,442	18,004,645	1,464,952	740,846	3	No
7	Petén	25,263,053	21,705,806	2,929,903	627,344	3	No
	Total	505,261,058	425,116,117	58,598,065	21,546,877	100	

← T.13

← T.14

← T.15

← T.9

→ T.23

→ T.51

→ T.30

Resumen	Valor Q.	%
Segmentos sobre los que debe informarse	19,897,410	92
Resto de segmentos	1,649,467	8
Total	21,546,877	100

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

La utilidad de la empresa asciende a Q. 21, 546,876.59, el diez por ciento de este valor es Q. 2,154,687.65, según el umbral cuantitativo los segmentos que alcancen o superen el diez por ciento formarán parte de los segmentos sobre los que debe informarse de forma separada.

Los segmentos geográficos que cumplen el umbral cuantitativo de la ganancia son la región metropolitana, región central y la región suroccidental con un porcentaje de representatividad del 70.76%, 10.54% y 11.05% respectivamente. La ganancia de los segmentos geográficos sobre los que debe informarse representa el 92.32%. Los segmentos que no cumplen con el umbral cuantitativo representan el 7.66% de la ganancia, estos se consideran como el resto de segmentos.

4.10.3 Prueba de activos

Tabla 22
Prueba de activos de segmentos de geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No.	Categoría	Activo Corriente	%	Activo No Corriente	%	Aplica
1	Metropolitana	120,969,538	50	22,227,060	50	Si
2	Norte	14,516,345	6	2,667,247	6	No
3	Nororiental	7,258,172	3	1,333,624	3	No
4	Central	26,613,298	11	4,889,953	11	Si
5	Suroccidental	50,807,206	21	9,335,365	21	Si
6	Noroccidental	9,677,563	4	1,778,165	4	No
7	Petén	12,096,954	5	2,222,706	5	No
Total		241,939,075	100	44,454,120	100	

←T.10

←T.10

→T.23

→T.52

→T.52

Resumen	Valor Q.	%
Segmentos sobre los que debe informarse	234,842,420	82
Resto de segmentos	51,550,775	18
Total	286,393,195	100

←T.10

→T.30/52

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Los activos de la empresa ascienden a Q. 286, 393,194.95, integrado por Q. 241, 939,075.45 activo corriente y Q. 44, 454,119.50 activo no corriente, el diez por ciento del activo corresponde Q. 24, 193,907.54 al activo corriente y Q. 4, 445,411.95 al activo no corriente, según el umbral cuantitativo los segmentos que alcancen o superen el diez por ciento formaran parte de los segmentos sobre los que debe informarse de forma separada. Los activos se

distribuyeron en cada segmento geográfico con base a los ingresos obtenidos en cada uno, ya que no se cuenta con información diferenciada de los activos por cada región.

Los segmentos geográficos que cumplen el umbral cuantitativo de los activos son la región metropolitana, región central y suroccidental, con porcentajes de activos mayores al 10%. Los activos de los segmentos sobre los que debe informarse representan el 82%.

Los segmentos geográficos que cumplieron los umbrales cuantitativos para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse de forma separada son las siguientes regiones:

- Metropolitana
- Central
- Suroccidental

Tabla 23
Resumen
% de los umbrales cuantitativos

No	Segmento	% Ingresos	% Ganancia	% Activos
1	Metropolitana	50	71	50
2	Central	11	11	11
3	Suroccidental	21	11	21
4	Resto de segmentos	18	8	18
	Total Segmentos	100	100	100

←T.20

←T.21

←T.22

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

4.11 Análisis y revelación de información sobre segmentos de operación

Tabla 24
Análisis de segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%	REF.
1	Acero	122,071,072	24	2,740,052	13	69,192,596	24	→ T.25
2	Cerámicos	77,254,416	15	6,652,935	31	43,789,520	15	→ T.26
3	Mat. Construcción	227,165,372	45	2,885,618	13	128,762,380	45	→ T.27
4	Pinturas	22,383,065	4	2,952,572	14	12,687,219	4	→ T.28
5	Resto de segmentos	56,387,134	11	6,315,700	29	31,961,481	11	→ T.29
	Total Segmentos	505,261,058	100	21,546,877	100	286,393,195	100	

← T.16

← T.17

← T.18

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Los segmentos de operación se organizaron por las categorías de productos que la empresa comercializa, después de realizar las pruebas que requiere la Norma para determinar el cumplimiento de los umbrales cuantitativos, se identificaron los segmentos de operación sobre los que se debe informar de forma separada, no se realizó agregación de segmentos que no cumplieran individualmente el umbral cuantitativo, para formar segmentos sobre los que deba informarse, los que no cumplieron los umbrales cuantitativos se agruparon en el resto de segmentos. El segmento de pinturas no cumple con el umbral cuantitativo de los ingresos, sin embargo la ganancia de este segmento representa el 14% de la ganancia total de los segmentos, por lo que se consideró entre los segmentos sobre los que debe informarse de forma separada.

El segmento que aporta mayores ingresos a la empresa son los materiales de construcción, representando un 44.96% de los ingresos de la empresa, seguido por el acero con un 24.16%, ambos representan un 69.12% de ingresos sin embargo el margen de utilidad de estos productos es menor por lo que solo contribuyen en un 26.11% en la utilidad de la empresa, mientras que el segmento de cerámicos que contribuye en un 15.29% de los ingresos y pinturas con un 4.43%, su margen de utilidad es mayor derivado que ambos contribuyen en un 44.58% del resultado de la empresa.

4.11.1 Análisis de segmento acero

El acero es uno de los principales productos utilizados en la construcción, por ello se convierte en uno de los segmentos con mayor porcentaje de ingresos, los ingresos de este segmento son de Q. 122, 071,071.55 que representan un 24.16% y su contribución en la utilidad es de Q. 2, 740,051.91 que equivale a un 12.72%.

Tabla 25
Análisis del segmento de acero
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Perfiles	3,662,132	3	164,403	6	2,075,778	3
2	Techos	9,765,686	8	356,207	13	5,535,408	8
3	Trefilados	8,544,975	7	328,806	12	4,843,482	7
4	Varillas	100,098,279	82	1,890,636	69	56,737,929	82
	Total	122,071,072	100	2,740,052	100	69,192,596	100

←T.24

←T.24

←T.24

***Fuente:** Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Los productos que integran este segmento son los perfiles, techos, trefilados y varillas, siendo este último el más significativo en el segmento, por ser un material indispensable e irremplazable en la construcción. Los ingresos por las varillas ascienden a Q. 100, 098,278.67 lo que equivale a un 82% de los ingresos totales del segmento, este segmento contribuye con Q. 1, 890,635.83 a la utilidad del segmento que equivale a un 69%. Los perfiles, techos y trefilados tienen ingresos que representan el 18% de los ingresos y un 31% en la utilidad del segmento. Aunque los perfiles, techos y trefilados no son los que generan mayores ingresos en el segmento, tienen un margen de utilidad mayor que las varillas.

4.11.2 Análisis de segmento cerámico

El segmento cerámico contribuye con Q. 77, 254,415.73 de ingresos lo que equivale al 15.29% de los ingresos totales de entidad, y contribuye con Q. 6, 652,934.75 a la utilidad del segmento lo que representa un 30.88%. Los cerámicos son productos con un alto margen de utilidad.

Tabla 26
Análisis del segmento de cerámicos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Azulejos	15,450,883	20	1,264,058	19	8,757,904	20
2	Fachaleta	6,952,897	9	864,882	13	3,941,057	9
3	Pisos	54,850,635	71	4,523,996	68	31,090,559	71
	Total	77,254,416	100	6,652,935	100	43,789,520	100

←T.24

←T.24

←T.24

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Los cerámicos son un material muy usado actualmente en la construcción, los productos que integran este segmento son los azulejos, fachaleta y pisos, siendo este último el producto con mayor porcentaje de ingresos en el segmento. Los pisos contribuyen con Q. 54, 850,635.17 de ingresos al segmento que equivalen al 71% y una utilidad de Q. 4, 523,995.63 que representa el 68%, el piso es un producto que se utiliza en las construcciones como parte de los acabados, y en la actualidad el piso cerámico es el más utilizado, una de las razones es la resistencia al agua y la variedad de texturas y colores. Los azulejos y fachaleta productos utilizados en menor cantidad derivado que su uso es más común en acabados y decoración, estos contribuyen con un 29% en los ingresos y un 32% en la utilidad de la empresa.

Los porcentajes de ingresos por cada producto del segmento cerámico son razonables si se considera la utilización de cada uno en una construcción, el

piso es el que más se utiliza seguido del azulejo que solo se utiliza en baño y cocina y por último la fachaleta que su utilización es opcional y decorativa.

4.11.3 Análisis del segmento materiales de construcción

El segmento de materiales de construcción es el más significativo de los segmentos de operación, su contribución en los ingresos de la entidad es de Q. 227, 165,371.56 que equivale al 44.96% y contribuye con Q. 2, 885,617.85 que representa el 13.39% de la utilidad de la empresa.

Tabla 27
Análisis del segmento de materiales de construcción
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Productos	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Arena	6,814,961	3	173,137	6	3,862,871	3
2	Block	15,901,576	7	288,562	10	9,013,367	7
3	Cal	9,086,615	4	144,281	5	5,150,495	4
4	Cemento	163,559,068	72	1,413,953	49	92,708,914	72
5	Cisternas	4,543,307	2	115,425	4	2,575,248	2
6	Láminas	4,543,307	2	86,569	3	2,575,248	2
7	Piedrín	4,543,307	2	86,569	3	2,575,248	2
8	Predos	4,543,307	2	173,137	6	2,575,248	2
9	Prefabrica	9,086,615	4	259,706	9	5,150,495	4
10	Puertas	2,271,654	1	86,569	3	1,287,624	1
11	Ventanas	2,271,654	1	57,712	2	1,287,624	1
	Total	227,165,372	100	2,885,618	100	128,762,380	100

←T.24

←T.24

←T.24

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Los productos que forman parte del segmento de materiales de construcción son la arena, block, cal, cemento, cisternas, láminas, piedrín, predosificados, prefabricados de concreto, puertas y ventanas, siendo el cemento el más significativo en el segmento, por ser este el principal e irremplazable

ingrediente en las construcciones, este aporta ingresos al segmento de Q. 163, 559,067.53 que equivale al 72% y una utilidad de Q. 1, 413,952.75 que representa un 49% de la utilidad del segmento, el resto de productos equivalen a un 28% de los ingresos del segmento y un 51% en la utilidad total del segmento, a pesar que estos últimos tienen menor incidencia en los ingresos aportan significativamente a la utilidad lo que demuestra que son productos con un margen de utilidad mayor al cemento que es el que genera mayores ingresos al segmento.

4.11.4 Análisis de pinturas

El segmento de pinturas no cumplió con el umbral cuantitativo de los ingresos, sus ingresos ascienden a Q. 22, 383,064.86 que representa un 4.43% de los ingresos de la empresa, sin embargo su contribución en la utilidad de la empresa fue de Q. 2, 952,572.38 que equivale al 13.70%, con este porcentaje cumple con el umbral cuantitativo del resultado, por lo que es considerado segmento sobre el que debe informarse.

Tabla 28
Análisis del segmento de pinturas
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Producto	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Aceite	8,281,734	37	915,297	31	4,694,271	37
2	Anticorrosivos	1,119,153	5	236,206	8	634,361	5
3	Impermeabilizantes	1,566,815	7	354,309	12	888,105	7
4	Látex	11,415,363	51	1,446,760	49	6,470,481	51
	Total	22,383,065	100	2,952,572	100	12,687,219	100

←T.24

←T.24

←T.24

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Los productos que integran este segmento de pinturas son las pinturas de aceite, anticorrosivos, impermeabilizantes y pintura látex, siendo esta última el producto con mayores ingresos en el segmento, su contribución a los ingresos es de Q. 11,415,363.08 que equivale al 51% y una utilidad de Q. 1,446,760.47 que representa un 49% de la utilidad del segmento, en seguida la pintura de aceite con ingresos de Q. 8,281,734.00 que representa un 37% de ingresos del segmento y una contribución a la ganancia de Q. 915,297.44 que equivale al 31% de la utilidad del segmento. Ambos tipos de pinturas representan el 88% de ingresos y el 80% de utilidad del segmento. Los anticorrosivos e impermeabilizantes son productos con menor demanda en el mercado en comparación con las pinturas, estas tienen un amplio mercado por su uso más frecuente en la remodelación o mantenimiento de construcciones.

4.11.5 Análisis del resto de segmentos

A continuación se revelan los segmentos que no cumplieron los umbrales cuantitativos de ingresos, resultados y activos, por ende no fueron considerados segmentos sobre los que se deba informar y se agregaron al resto de segmentos. Los ingresos del resto de segmentos ascienden a Q. 56,387,134.04 que representan el 11.16% de los ingresos de la empresa y una utilidad de Q. 6,315,699.70 que equivalen al 29.31%, el resto de segmentos lo integran los segmentos de baños, cerrajería, eléctricos, ferretería, fontanería, herramientas, iluminación, jardinería, madera, PVC, químicos, servicios de instalación y tornillería.

Tabla 29
Análisis del resto de segmentos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Baños	15,612,567	27.69	1,473,519	23.33	8,849,550	27.69
2	Cerrajería	1,465,257	2.60	232,532	3.68	830,540	2.60
3	Eléctricos	4,092,615	7.26	429,599	6.80	2,319,785	7.26
4	Ferretería	4,042,088	7.17	342,421	5.42	2,291,146	7.17
5	Fontanería	4,749,454	8.42	967,750	15.32	2,692,096	8.42
6	Herramientas	7,882,073	13.98	888,782	14.07	4,467,734	13.98
7	Iluminación	1,162,100	2.06	92,069	1.46	658,704	2.06
8	Jardinería	808,418	1.43	162,010	2.57	458,229	1.43
9	Madera	3,839,984	6.81	16,175	0.26	2,176,588	6.81
10	PVC	7,326,285	12.99	822,569	13.02	4,152,701	12.99
11	Químicos Ser.	3,284,197	5.82	777,729	12.31	1,861,556	5.82
12	Instalación	454,735	0.81	104,415	1.65	257,754	0.81
13	Tornillería	1,667,361	2.96	6,128	0.10	945,098	2.96
	Total	56,387,134	100	6,315,700	100	31,961,481	100

←T.24

←T.24

←T.24

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

4.12 Análisis y revelación de información sobre segmentos geográficos

Después de realizar las pruebas que requiere la NIIF 8 para determinar el cumplimiento de los umbrales cuantitativos, se identificaron los segmentos sobre los que se deben informar de forma separada, los que no cumplieron los umbrales cuantitativos se agruparon en el resto de segmentos.

Tabla 30
Análisis de segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%	Referencia
1	Metropolitana	252,630,529	50	15,246,332	71	143,196,597	50	→ T.31
2	Central	55,578,716	11	2,270,156	11	31,503,251	11	→ T.32
3	Suroccidental	106,104,822	21	2,380,921	11	60,142,571	21	→ T.33
4	Resto de segmentos	90,946,990	18	1,649,467	8	51,550,775	18	→ T.34
	Total	505,261,058	100	21,546,877	100	286,393,195	100	

← T.20

← T.21

← T.22

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

El segmento que aporta mayores ingresos a la entidad es el segmento de la región metropolitana, con ingresos de Q. 252, 630,528.88 que equivale al 50% del total de ingresos y contribuye al resultado con Q. 15, 246,331.85 que representa un 70.76% de la ganancia generada por la empresa. Le sigue el segmento de la región suroccidental con el 21% de los ingresos y contribuye al resultado en un 11.05%, se puede observar que el

margen de utilidad en esta región es menor relacionando el volumen de venta de la región metropolitana y el segmento que aporta mayores ingresos a la entidad es el segmentos de la región metropolitana, con ingreso de Q. 252, 630,528.88 que equivale al 50% del total de ingresos y contribuye al resultado con Q. 15, 246,331.85 que representa un 70.76% de la ganancia generada por la empresa. Le sigue el segmento de la región suroccidental con el 21% de los ingresos y contribuye al resultado en un 11.05%, se puede observar que el margen de utilidad en esta región es menor relacionando el volumen de venta de la región metropolitana y central. Esta última que contribuye con el 11% en los ingresos y una ganancia de 10.54%, la utilidad del segmento de la región suroccidental y central es similar, sin embargo los ingresos de la región suroccidental duplica los ingresos de la región central, por el volumen de venta se debería observar una mayor participación de la región suroccidental en la ganancia de la empresa. El resto de segmentos contribuye con ingresos de Q. 90, 946,990.40 que representa el 18% de ingresos y una participación en la ganancia de la empresa de Q. 1, 649,466.82 que equivale al 7.66% de la ganancia generada por la empresa, en este segmento también se observa un margen de utilidad menor.

4.12.1 Análisis del segmento metropolitano

El segmento metropolitano es el segmento geográfico con mayores ingresos y mayor contribución en la ganancia de la empresa, con ingresos de Q. 252, 630,528.88 que representan el 50% y una ganancia de Q. 15, 246,331.85 que equivale al 70.76% de la ganancia generada por la empresa.

Tabla 31
Análisis del segmento de metropolitano
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Guatemala	252,630,529	100	15,246,332	100	143,196,597	100
	Total	252,630,529	100	15,246,332	100	143,196,597	100

←T.30

←T.30

←T.30

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Este segmento lo integra el departamento de Guatemala, por lo que es comprensible sea el que genera mayor ingreso y utilidad a la empresa, ya que es en el departamento de Guatemala, específicamente en el área urbana donde se muestra la mayor presencia del sector de la construcción, en proyectos habitacionales así como la construcción de edificios empresariales y para vivienda, el área rural también participa en el sector de la construcción con menos presencia que el área urbana por factores económicos que afectan el país, siendo el área rural la más afectada.

4.12.2 Análisis del segmento central

Tabla 32
Análisis del segmento central
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Chimaltenango	16,117,828	29	567,539	25	9,135,943	29
2	Escuintla	21,119,912	38	976,167	43	11,971,236	38
3	Sacatepéquez	18,340,976	33	726,450	32	10,396,073	33
	Total	55,578,716	100	2,270,156	100	31,503,251	100

←T.30

←T.30

←T.30

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

El segmento de la región central contribuye a los ingresos de la empresa con Q. 55, 578,716.35 que equivale a un 11% y una utilidad de Q. 2, 270,156.42 que representa un 10.54% de la ganancia de la empresa.

Los departamentos que integran la región central son Chimaltenango, Escuintla y Sacatepéquez. El departamento de escuintla es el que más contribuye al segmento central con ingresos de Q. 21, 119,912.21 que equivale al 38% y una utilidad de Q. 976,167.26 que representa un 43% de la utilidad generada por la empresa, la utilidad que genera escuintla es mayor a los otros departamentos, esta utilidad se ve influenciada por el volumen de venta, a mayor venta mayor utilidad. Los departamentos de Chimaltenango y Sacatepéquez, representan el 29% y 33% de los ingresos respectivamente y un 25% y 32% en la utilidad de la empresa.

4.12.3 Análisis del segmento suroccidental

El segmento suroccidental ocupa el segundo lugar de los segmentos que generan mayores ingresos a la empresa, los ingresos de este segmento ascienden a Q. 106, 104,822.13 que representan el 21% y una utilidad de Q. 2, 380,921.50 que equivale al 11.05%, haciendo la relación de mayor volumen mayor utilidad, se concluye que aunque este segmento genere mayores ingresos a la empresa su margen de utilidad es poco, en comparación con el segmento central con una utilidad del 10.54% y sus ingresos solo representan el 11% y el segmento metropolitano con una utilidad de 70.76% con ingresos del 50%.

Tabla 33
Análisis del segmento de suroccidental
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Quetzaltenango	59,418,700	56	1,190,461	50	33,679,840	56
2	Retalhuleu	16,976,772	16	476,184	20	9,622,811	16
3	San Marcos	14,854,675	14	404,757	17	8,419,960	14
4	Suchitepéquez	14,854,675	14	309,520	13	8,419,960	14
	Total	106,104,822	100	2,380,921	100	60,142,571	100

←T.30

←T.30

←T.30

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Los departamentos que integran el segmento suroccidental son Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos y Suchitepéquez. El departamento de Quetzaltenango es el que más contribuye al segmento con ingresos de Q. 59, 418,700.39 que representan un 56% y contribuye a la utilidad de la empresa con Q. 1, 190,460.75 que equivale al 50% de la utilidad de la empresa. Los departamentos de Retalhuleu, San Marcos y Suchitepéquez contribuyen de manera similar a los ingresos del segmento, los ingresos de estos departamentos representan el 16%, 14% y 14% respectivamente y en la utilidad un 20%, 17% y 13% respectivamente, a pesar que los ingresos son similares en cada departamento, la utilidad de los mismos varia por el volumen de venta, a mayor venta mayor utilidad, aunque los ingresos del departamento de San Marcos y Suchitepéquez sean iguales, se puede observar que la utilidad de San Marcos es mayor que Suchitepéquez, esta variación en la utilidad puede estar influenciada por los gastos operativos de cada región.

4.12.4 Análisis del resto de segmentos

Los segmentos geográficos que no cumplieron los umbrales cuantitativos de ingresos, resultado y activos, fueron agrupados en el resto de segmentos. El resto de segmentos presenta ingresos de Q. 90, 946,990.40 que representa el 18% y una utilidad de Q. 1, 649,466.82 que equivale al 7.66% de la utilidad de la empresa.

Tabla 34
Análisis del segmento resto de segmentos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ingresos	%	Ganancia	%	Activos	%
1	Norte	30,315,663	33	220,851	13	17,183,592	33
2	Nororiental	15,157,832	17	60,426	4	8,591,796	17
3	Noroccidental	20,210,442	22	740,846	45	11,455,728	22
4	Petén	25,263,053	28	627,344	38	14,319,660	28
	Total	90,946,990	100	1,649,467	100	51,550,775	100

←T.30

←T.30

←T.30

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Las regiones que se agruparon en el resto de segmentos son la región norte, nororiental, noroccidental y Petén. La región que contribuye con un mayor porcentaje de ingresos es la región norte que corresponde a los departamentos de Alta Verapaz y Baja Verapaz, esta región tiene ingresos de Q. 30, 315,663.47 que representa un 33.33% y una utilidad de Q. 220,851.30 que equivale a un 13.39% de la utilidad del segmento, a pesar de ser la región con mayores ingresos no es la que genera mayor utilidad, aplicando la relación de mayor venta mayor utilidad, en comparación a las otras regiones que aplican esta relación, la región de Petén presenta ingresos de Q.

25,263,052.89 que equivale a un 27.78% y una utilidad de Q. 627,343.83 que representa un 38.03% de la utilidad del segmento, a pesar que esta región tiene menos ingresos que la región norte su utilidad es mayor, también es el caso de la región noroccidental que la integra el departamento de Huehuetenango con ingresos de Q.20,210,442.31 que representa el 22% y una utilidad de Q. 740,846.03 que equivale al 44.91% de la utilidad de la empresa. La región que genera menos ingresos del resto de segmentos es la región Nororiental que la integra el departamento de Izabal, con ingresos de Q. 15, 157,831.73 que representa un 16.67% y una utilidad de Q. 60,425.65 que equivale a un 3.66% de la utilidad de la empresa. Las regiones Norte y Nororiental son menos rentables en comparación con la región Noroccidental y Petén.

4.13 Análisis de rentabilidad de los segmentos de operación por medio de razones financieras

A continuación se presenta el estado de resultados por Segmentos de la Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción, del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2017, para aplicar las razones financieras que permitan conocer los segmentos con mayor margen de utilidad.

Tabla 35
Estado de Resultados por Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Acero	Materiales de construcción	Cerámicos	Pintura	Resto de segmentos	Total	REF.
Ventas Netas	122,071	227,165	77,254	22,383	56,387	505,261	← T.16 → T.37/38/39/46
Costo de Ventas	(105,174)	(197,934)	(61,642)	(16,835)	(43,532)	(425,116)	← T.17 → T.47
Utilidad bruta en ventas	16,897	29,231	15,613	5,548	12,855	80,145	→ T.37
Gastos de administración	(3,956)	(7,362)	(2,504)	(725)	(1,827)	(16,374)	← T.9
Gastos de ventas	(9,231)	(17,178)	(5,842)	(1,693)	(4,264)	(38,206)	← T.9
Utilidad en operación	3,711	4,692	7,267	3,131	6,764	25,564	→ T.38
Gasto financiero	(630)	(1,172)	(399)	(116)	(291)	(2,608)	← T.9
Otros gastos	(341)	(634)	(216)	(62)	(157)	(1,410)	← T.9
Utilidad del periodo	2,740	2,886	6,653	2,953	6,316	21,547	← T.9
Reserva legal	(137)	(144)	(333)	(148)	(316)	(1,077)	← T.9
Impuesto sobre la renta	(685)	(721)	(1,663)	(738)	(1,579)	(5,387)	← T.9
Utilidad neta del periodo	1,918	2,020	4,657	2,067	4,421	15,083	→ T.39
	→ T.49	→ T.49	→ T.49	→ T.49	→ T.49	→ T.49	→ T.49

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Tabla 36
Estado de Situación Financiera por Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

Descripción	Acero	Mat. de construcción	Cerámicos	Pintura	Resto de segmentos	Total	Ref.
Activo Corriente							
Efectivo	5,377	10,007	3,403	986	2,484	22,258	←T.10 →T.41
Cuentas por cobrar	19,851	36,941	12,563	3,640	9,169	82,163	←T.10 →T.46
Inventarios	33,112	61,618	20,955	6,071	15,295	137,051	←T.10 →T.40/47
Gastos pagados por anticipado	113	210	71	21	52	467	
Total activos corrientes	58,452	108,776	36,992	10,718	27,000	241,939	←T.10 →T.40
Activo No Corriente							
Cuentas por cobrar a largo plazo	6,404	11,917	4,053	1,174	2,958	26,505	←T.10
Documentos por cobrar a largo plazo	196	365	124	36	91	811	←T.10
Terrenos, Inmuebles, maquinaria y equipo neto	4,140	7,705	2,620	759	1,913	17,137	←T.10 →T.42
Total de activos no corrientes	10,740	19,987	6,797	1,969	4,961	44,454	←T.10
Total Activos	69,193	128,762	43,790	12,687	31,961	286,393	←T.10 →T.43/44/45
Pasivos y Patrimonio							
Pasivos Corrientes							
Cuentas por pagar	17,387	41,869	12,919	4,130	10,148	86,453	←T.10
Total Pasivos Corrientes	17,387	41,869	12,919	4,130	10,148	86,453	←T.10 →T.40/41
Pasivos no Corrientes							

Tabla 36
Estado de Situación Financiera por Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

Descripción	Acero	Mat. de construcción	Cerámicos	Pintura	Resto de segmentos	Total	Ref.
Préstamo a largo plazo	14,517	27,015	9,187	2,662	6,706	60,088	← T.10
Provisión para indemnizaciones laborales	421	784	267	77	195	1,744	← T.10
Total Pasivos No Corrientes	14,938	27,799	9,454	2,739	6,900	61,831	← T.10
Total Pasivos	32,326	69,669	22,373	6,869	17,049	148,285	← T.10 → T.44/45
Patrimonio							
Capital pagado	21,744	40,464	13,761	3,987	10,044	90,000	← T.10
Reserva legal	2,686	4,998	1,700	492	1,241	11,117	← T.10
Utilidades retenidas	5,293	9,850	3,350	971	2,445	21,909	← T.10
utilidad del período	1,918	2,020	4,657	2,067	4,421	15,083	← T.10
Total del patrimonio	31,641	57,332	23,468	7,517	18,151	138,109	← T.10 → T.42/43
Total pasivo y patrimonio	63,967	127,001	45,840	14,386	35,199	286,393	← T.10
	→ T.50	→ T.50	→ T.50	→ T.50	→ T.50	→ T.50	

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Nota: La empresa no cuenta con información diferenciada de cada partida del estado de situación financiera para los segmentos que tiene identificados, por lo que la distribución de los mismos se hizo con base a los ingresos de cada segmento.

4.13.1 Margen de utilidad bruta

Al analizar los estados financieros completos la empresa tiene un margen de utilidad bruta del 15.86%, es decir que por cada Q. 1.00 de venta la empresa obtiene un beneficio de Q. 0.16, a este beneficio aun no se le han deducido todos los gastos de operación y financieros solo el costo de venta. En comparación con el margen de utilidad neta de 2.99%, la diferencia de 12.87% corresponde a los gastos de operación, financieros e impuestos.

Para obtener el margen de utilidad bruta se utiliza la siguiente fórmula: la utilidad bruta dividida entre las ventas totales, este resultado se multiplica por cien, dando como resultado el margen de utilidad bruta de la empresa.

$$(Q.80,144,941.20/Q. 505,261,057.75)*100= 15.86\%$$

Tabla 37
Utilidad Bruta en Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Utilidad bruta	Ventas netas	Razón
1	Acero	16,897,344	122,071,072	13.84
2	Materiales de construcción	29,231,308	227,165,372	12.87
3	Cerámicos	15,612,579	77,254,416	20.21
4	Pintura	5,548,467	22,383,065	24.79
5	Resto de segmentos	12,855,244	56,387,134	22.80
	Total	80,144,941	505,261,058	

←T.35 ←T.35 →T.48

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Los segmentos cerámicos, pintura y resto de segmentos mantienen un margen de utilidad bruta promedio de 20% a 25%, los cuales superan el margen bruto de utilidad de la empresa de 15.86%, sin embargo los segmentos de acero y materiales de construcción se encuentran de un 12% a 14% de margen de

utilidad bruta, estos están por debajo del margen bruto de la empresa, es conveniente revisar los gastos que se ejecutan en estos segmentos para validar que correspondan, o bien revisar si es necesario un cambio en los precios de estos productos con base a los precios de mercado que permita tener un mayor margen de utilidad.

4.13.2 Margen de utilidad operativa

El margen de utilidad operativa de la empresa es de 5.06%, es decir que por cada Q.1.00 de venta se genera una utilidad de 0.05, esta utilidad ya contempla los costos y gastos de operación, esta utilidad es la que se genera puramente de las operaciones de la empresa, esta no considera los gastos financieros e impuestos. Para obtener el margen de utilidad operativa se utiliza la siguiente fórmula: la utilidad operativa dividida entre las ventas totales, este resultado se multiplica por cien, dando como resultado el margen de utilidad operativa de la empresa.

$$(Q. 25,564,411.39/Q. 505,261,057.75)*100= 5.06\%$$

Tabla 38
Margen de utilidad operativa en Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Utilidad en operación	Ventas totales	Razón
1	Acero	3,710,688	122,071,072	3.04
2	Materiales de construcción	4,691,901	227,165,372	2.07
3	Cerámicos	7,267,216	77,254,416	9.41
4	Pintura	3,130,549	22,383,065	13.99
5	Resto de segmentos	6,764,057	56,387,134	12.00
	Total	25,564,411	505,261,058	

←T.35 ←T.35 →T.48

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

El segmento de pinturas es el que tiene un margen de utilidad operativa mayor siendo este de un 13.99%, este margen está arriba del margen de utilidad operativa de la empresa en su conjunto, a pesar que existan segmentos con márgenes altos de utilidad operativa, estos segmentos no tienen ingresos significativos, tal es el caso del segmento de pintura, cerámicos y el resto de segmentos. Al contrario los segmentos de Acero y materiales de construcción con márgenes bajos de utilidad, son los más representativos en las ventas de la empresa. *La razonabilidad del resultado de la razón se pudo ver afectada por la distribución de los gastos de operación realizada de acuerdo a los ingresos por no contar con información diferenciada de los mismos por segmentos.*

4.13.3 Margen de utilidad neta

El margen de utilidad neto es el beneficio que se obtiene por cada Q. 1.00 vendido. Al analizar los estados financieros completos la empresa tiene un margen de utilidad de 2.99%, lo que significa que la empresa se beneficia con Q. 0.03 por cada Q. 1.00 de venta. El segmento con un margen mayor de utilidad es el de pintura, este segmento no alcanzó el umbral cuantitativo de los ingresos sin embargo se consideró como segmento sobre el que debe informarse por su contribución en la utilidad, el margen de utilidad que alcanzó este segmento es del 9.23%, es decir que por cada Q. 1.00 de venta obtiene un beneficio de Q. 0.09 le sigue el segmento de cerámicos con un margen de utilidad neta de 6.03%, su beneficio por Q. 1.00 vendido es de Q. 0.06 y finalmente el resto de segmentos con un margen de 7.84% siendo su beneficio por Q. 1.00 vendido de Q.0.08. El margen de utilidad de estos segmentos es mayor al margen de utilidad que refleja la empresa, sin embargo el volumen de venta de estos segmentos no es el más significativo, los segmentos con mayor volumen de venta son los materiales de construcción y el acero, con márgenes de utilidad de 0.89% y 1.57%, ambos se encuentran por debajo del

margen de utilidad de la empresa. Para obtener el margen de utilidad neta se utiliza la siguiente fórmula: la utilidad neta dividida entre las ventas totales, este resultado se multiplica por cien, dando como resultado el margen de utilidad neta de la empresa.

$$(Q.15,082,814/Q. 505,261,057.75)*100= 2.99\%$$

Tabla 39
Margen de utilidad neta en Segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Utilidad neta	Ventas netas	Razón
1	Acero	1,918,036	122,071,072	1.57
2	Materiales de construcción	2,019,932	227,165,372	0.89
3	Cerámicos	4,657,054	77,254,416	6.03
4	Pintura	2,066,801	22,383,065	9.23
5	Resto de segmentos	4,420,990	56,387,134	7.84
	Total	15,082,814	505,261,058	

←T.35 ←T.35 →T.48

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

A pesar que los segmentos de acero y materiales de construcción son los más significativos en los ingresos de la empresa, el margen de utilidad neta de los mismos es muy bajo, se recomienda revisar los gastos de operación y gastos financieros de cada segmento para realizar un plan de ahorro y optimización de recursos así poder incrementar su margen de utilidad. *La razonabilidad del resultado de la razón se pudo ver afectada por la distribución de los gastos de operación realizada de acuerdo a los ingresos por no contar con información diferenciada de los mismos por segmentos.*

4.13.4 Liquidez Segmentos de Operación

La liquidez se refiere a la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Se determinó por medio de esta razón que la empresa dispone de Q. 1.21 para cubrir cada Q.1.00 que adeuda a corto plazo, este índice es aceptable ya que la empresa cubre la totalidad de su obligación quedando un excedente de efectivo, para cubrir otras obligaciones. Para obtener el índice de liquidez se utiliza la siguiente fórmula: el activo corriente (-) inventario, este resultado se divide entre el pasivo corriente. $(Q.241,939,075 - Q.137,051,175) / (86,453,418) = 1.21$

Tabla 40
Liquidez en Segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Activo corriente	Inventarios	Pasivo corriente	Razón
1	Acero	58,452,481	33,111,564	17,387,146	1.46
2	Materiales de construcción	108,775,808	61,618,208	41,869,457	1.13
3	Cerámicos	36,992,485	20,955,125	12,918,728	1.24
4	Pintura	10,717,901	6,071,367	4,129,886	1.13
5	Resto de segmentos	27,000,401	15,294,911	10,148,201	1.15
	Total	241,939,075	137,051,175	86,453,418	

←T.36

←T.36

←T.36

→T.48

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de liquidez por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos

y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.5 Solvencia inmediata segmentos de operación

La solvencia inmediata se refiere a la capacidad inmediata que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. A diferencia de la liquidez esta solo considera el efectivo y sus equivalentes. Se determinó por medio de esta razón que la empresa dispone de Q. 0.26 por cada Q.1.00 que adeuda a corto plazo. Este índice nos asegura que la empresa podrá pagar de forma inmediata un 26% de sus deudas, sin embargo para cubrir el 100% de su deuda será necesario el cobro de sus cuentas y realizar sus inventarios. Para obtener el índice de solvencia inmedita se utiliza la siguiente fórmula: el efectivo y valores negociables(-) pasivo corriente.
 $(Q.22,257,800)/(86,453,418) = 0.26$

Tabla 41
Solvencia Inmediata en Segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Efectivo y valores negociables	Pasivo corriente	Razón
1	Acero	5,377,484	17,387,146	0.31
2	Materiales de construcción	10,007,107	41,869,457	0.24
3	Cerámicos	3,403,218	12,918,728	0.26
4	Pintura	986,021	4,129,886	0.24
5	Resto de segmentos	2,483,970	10,148,201	0.24
	Total	22,257,800	86,453,418	

←T.36 ←T.36 →T.48

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de solvencia inmediata por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.6 Inversión en activos fijos segmentos de operación

Este índice refleja la relación del capital y la adquisición de activos fijos, de los cuales la empresa obtendrá beneficios futuros. Para obtener el índice de inversión en activos fijos se utiliza la siguiente fórmula: el patrimonio neto / Activos fijos. $(Q.138,108,543)/(17,137,403) = 8.06$

Tabla 42
Inversión en activos fijos en segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Patrimonio Neto	Propiedad, planta y equipo	Razón
1	Acero	31,641,053	4,140,397	7.64
2	Materiales de construcción	57,332,301	7,704,977	7.44
3	Cerámicos	23,467,688	2,620,309	8.96
4	Pintura	7,516,840	759,187	9.90
5	Resto de segmentos	18,150,661	1,912,534	9.49
	Total	138,108,543	17,137,403	

←T.36 ←T.36 →T.48

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice inversión en activos fijos por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.7 Propiedad segmentos de operación

El índice de propiedad se refiere al % de los activos que han sido adquiridos con recursos propios. Se determinó por medio de esta razón que por cada Q.1.00 de activo registrado Q. 0.48 fue financiado con recursos propios. Para obtener el índice de propiedad se utiliza la siguiente fórmula: (patrimonio neto / Activo total) $(Q138,108,543/286,393,195) = 0.48$

Tabla 43
Propiedad en segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Patrimonio Neto	Activo Total	Razón
1	Acero	31,641,053	69,192,596	0.46
2	Materiales de construcción	57,332,301	128,762,380	0.45
3	Cerámicos	23,467,688	43,789,520	0.54
4	Pintura	7,516,840	12,687,219	0.59
5	Resto de segmentos	18,150,661	31,961,481	0.57
	Total	138,108,543	286,393,195	

←T.36 ←T.36 →T.48

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de propiedad por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.8 Endeudamiento segmentos de operación

El índice de endeudamiento muestra el grado de financiamiento externo que se tiene de los activos de la empresa. Se determinó por medio de esta razón que por cada Q.1.00 de activo registrado se adeuda Q.0.52, ya que el resto

fue adquirido con recursos propios. Para obtener el índice de endeudamiento se utiliza la siguiente fórmula: (pasivos totales / Activo total) $(Q148,284,652/286,393,195) = 0.52$

Tabla 44
Endeudamiento en Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Pasivos totales	Activos totales	Razón
1	Acero	32,325,572	69,192,596	0.47
2	Materiales de construcción	69,668,779	128,762,380	0.54
3	Cerámicos	22,372,723	43,789,520	0.51
4	Pintura	6,869,010	12,687,219	0.54
5	Resto de segmentos	17,048,567	31,961,481	0.53
	Total	148,284,652	286,393,195	

←T.36 ←T.36 →T.48

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de endeudamiento por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.9 Solidez segmentos de operación

El índice de solidez refleja la capacidad que la empresa tiene para afrontar sus obligaciones. Se determinó por medio de esta razón que el índice de solidez de la empresa es de 1.93, esto significa que la empresa dispone de Q. 1.93 de activos para afrontar cada Q. 1.00 de pasivo, y aún le queda un disponible de Q. 0.93 para cubrir otras obligaciones. Para obtener el índice de solidez se

utiliza la siguiente fórmula: (activo total / pasivo total) (**Q286,393,195/ Q148,284,652**) = 1.93

Tabla 45
Solidez en Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Activos totales	Pasivos totales	Razón
1	Acero	69,192,596	32,325,572	2.14
2	Materiales de construcción	128,762,380	69,668,779	1.85
3	Cerámicos	43,789,520	22,372,723	1.96
4	Pintura	12,687,219	6,869,010	1.85
5	Resto de segmentos	31,961,481	17,048,567	1.87
	Total	286,393,195	148,284,652	

←T.36 ←T.36 →T.48

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de solidez por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.10 Rotación de cuentas por cobrar segmentos de operación

El índice de rotación de cuentas por cobrar refleja el número de veces en que ha girado las cuentas por cobrar durante el año. Se determinó por medio de esta razón que el índice de rotación de cuentas por cobrar de la empresa es de 6.15, esto significa que la empresa recupera el crédito otorgado 6.15 veces al año, es decir cada 59 días. Para obtener el índice de rotación de cuentas por cobrar se utiliza la siguiente fórmula: (ventas/ cuentas por cobrar) (**Q505,261,058/ Q82,163,097**) = 6.15, para convertirlo en días se utiliza la siguiente formula 360 ó 365/6.15=59.34 días

Tabla 46
Rotación de cuentas por cobrar en segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ventas	Cuentas por cobrar	Razón
1	Acero	122,071,072	19,850,604	6.15
2	Materiales de construcción	227,165,372	36,940,528	6.15
3	Cerámicos	77,254,416	12,562,737	6.15
4	Pintura	22,383,065	3,639,825	6.15
5	Resto de segmentos	56,387,134	9,169,402	6.15
	Total	505,261,058	82,163,097	

←T.35 ←T.36 →T.48

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de rotación de cuentas por cobrar por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.11 Rotación de inventario segmentos de operación

El índice de rotación de inventarios refleja el número de veces en que se han realizado los inventarios durante el año. Se determinó por medio de esta razón que el índice de rotación de inventarios de la empresa es de 3.10, esto significa que la empresa compra inventario 3.10 veces al año, es decir cada 117 días. Para obtener el índice de rotación de inventarios se utiliza la siguiente

fórmula: (costo de ventas/ inventarios) (**Q425,116,117/ Q137,051,175**) = **3.10**,
 para convertirlo en días se utiliza la siguiente formula 360 ó
 365/3.10=117.67días

Tabla 47
Rotación de inventarios en segmentos de operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Costo de ventas	Inventarios	Razón
1	Acero	105,173,727	33,111,564	3.18
2	Materiales de construcción	197,934,064	61,618,208	3.21
3	Cerámicos	61,641,837	20,955,125	2.94
4	Pintura	16,834,598	6,071,367	2.77
5	Resto de segmentos	43,531,890	15,294,911	2.85
	Total	425,116,117	137,051,175	

←T.35

←T.36

→T.48

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de rotación de inventarios por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.13.12 Resumen razones financieras de los segmentos de operación

Tabla 48
Resumen de razones financieras
Segmentos de operación

No	Segmento	Margen de utilidad bruta	Margen de utilidad operativa	Margen de utilidad neta	Liquidez	Solvencia inmediata	Inversión en Activos Fijos	Propiedad	Endeudamiento	Solidez	Rotación cuentas por cobrar	Rotación inventario
1	Acero	13.84	3.04	2.24	1.46	0.31	7.64	0.46	0.47	2.14	6.15	3.18
2	Materiales de construcción	12.87	2.07	1.27	1.13	0.24	7.44	0.45	0.54	1.85	6.15	3.21
3	Cerámicos	20.21	9.41	8.61	1.24	0.26	8.96	0.54	0.51	1.96	6.15	2.94
4	Pintura	24.79	13.99	13.19	1.13	0.24	9.90	0.59	0.54	1.85	6.15	2.77
5	Resto de segmentos Estado financiero completo	22.80	12.00	11.20	1.15	0.24	9.49	0.57	0.53	1.87	6.15	2.85
		15.86	5.06	2.99	1.21	0.26	8.06	0.48	0.52	1.93	6.15	3.10
		← T.37	← T.38	← T.39	← T.40	← T.41	← T.42	← T.43	← T.44	← T.45	← T.46	← T.47

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Los segmentos con mayores márgenes de utilidad son la pintura y cerámicos, sin embargo son los segmentos que reportan menores ingresos en la empresa, por lo que su aporte en la utilidad global de la empresa está por debajo de los segmentos del acero y los materiales de construcción, que teniendo un margen de utilidad bajo, su aportación a la utilidad de la empresa es significativa por el volumen de ventas.

4.14 Análisis vertical segmentos de operación

Tabla 49
Análisis Vertical
Estado de Resultados
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Acero	%	Mat. de Construcción	%	Cerámicos	%	Pintura	%	Resto de segmentos	%	Total	%
Ventas Netas	122,071	24.16	227,165	44.96	77,254	15.29	22,383	4.43	56,387	11.16	505,261	100.00
Costo de Ventas	(105,174)	(20.82)	(197,934)	(39.17)	(61,642)	(12.20)	(16,835)	(3.33)	(43,532)	(8.62)	(425,116)	(84.14)
Utilidad bruta	16,897	3.34	29,231	5.79	15,613	3.09	5,548	1.10	12,855	2.54	80,145	15.86
Gastos admón.	(3,956)	(0.78)	(7,362)	(1.46)	(2,504)	(0.50)	(725)	(0.14)	(1,827)	(0.36)	(16,374)	(3.24)
Gastos de ventas	(9,231)	(1.83)	(17,178)	(3.40)	(5,842)	(1.16)	(1,693)	(0.33)	(4,264)	(0.84)	(38,206)	(7.56)
Utilidad en operación	3,711	0.73	4,692	0.93	7,267	1.44	3,131	0.62	6,764	1.34	25,564	5.06
Gasto financiero	(630)	(0.12)	(1,172)	(0.23)	(399)	(0.08)	(116)	(0.02)	(291)	(0.06)	(2,608)	(0.52)
Otros gastos	(341)	(0.07)	(634)	(0.13)	(216)	(0.04)	(62)	(0.01)	(157)	(0.03)	(1,410)	(0.28)
Utilidad del periodo	2,740	0.54	2,886	0.57	6,653	1.32	2,953	0.58	6,316	1.25	21,547	4.26
Reserva legal	(137)	(0.03)	(144)	(0.03)	(333)	(0.07)	(148)	(0.03)	(316)	(0.06)	(1,077)	(0.21)
Impuesto sobre la renta	(685)	(0.14)	(721)	(0.14)	(1,663)	(0.33)	(738)	(0.15)	(1,579)	(0.31)	(5,387)	(1.07)
Utilidad neta	1,918	0.38	2,020	0.40	4,657	0.92	2,067	0.41	4,421	0.87	15,083	2.99

←T.35 ←T.35 ←T.35 ←T.35 ←T.35 ←T.35 ←T.35
Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Tabla 50
Análisis Vertical
Estado de Situación Financiera
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Acero	%	Material de construcción	%	Cerámicos	%	Pintura	%	Resto de segmentos	%	Total	%
Activo												
Activo Corriente												
Efectivo	5,377	1.88	10,007	3.49	3,403	1.19	986	0.34	2,484	0.87	22,258	7.77
Cuentas por cobrar	19,851	6.93	36,941	12.90	12,563	4.39	3,640	1.27	9,169	3.20	82,163	28.69
Inventarios	33,112	11.56	61,618	21.52	20,955	7.32	6,071	2.12	15,295	5.34	137,051	47.85
Gts. Pagados anticipados	113	0.04	210	0.07	71	0.02	21	0.01	52	0.02	467	0.16
Total activos corrientes	58,452	20.41	108,776	37.98	36,992	12.92	10,718	3.74	27,000	9.43	241,939	84.48
Activo No Corriente												
Cuentas por cobrar LP	6,404	2.24	11,917	4.16	4,053	1.42	1,174	0.41	2,958	1.03	26,505	9.25
Documentos por cobrar LP	196	0.07	365	0.13	124	0.04	36	0.01	91	0.03	811	0.28
Terrenos, Inmuebles, maq. y Equipo	4,140	1.45	7,705	2.69	2,620	0.91	759	0.27	1,913	0.67	17,137	5.98
Total de activos no corrientes	10,740	3.75	19,987	6.98	6,797	2.37	1,969	0.69	4,961	1.73	44,454	15.52
Total Activos	69,193	24.16	128,762	44.96	43,790	15.29	12,687	4.43	31,961	11.16	286,393	100.00
Pasivos y Patrimonio												
Pasivos Corrientes												
Cuentas por pagar	17,387	6.07	41,869	14.62	12,919	4.51	4,130	1.44	10,148	3.54	86,453	30.19
Total Pasivos Corrientes	17,387	6.07	41,869	14.62	12,919	4.51	4,130	1.44	10,148	3.54	86,453	30.19
Pasivos no Corrientes												
Préstamo a largo plazo	14,517	5.07	27,015	9.43	9,187	3.21	2,662	0.93	6,706	2.34	60,088	20.98
Provisión indemnizaciones laborales	421	0.15	784	0.27	267	0.09	77	0.03	195	0.07	1,744	0.61

Tabla 50
Análisis Vertical
Estado de Situación Financiera
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Acero	%	Materiales de construcción	%	Cerámicos	%	Pintura	%	Resto de segmentos	%	Total	%
Total Pasivos No Corrientes	14,938	5.22	27,799	9.71	9,454	3.30	2,739	0.96	6,900	2.41	61,831	21.59
Total Pasivos	32,326	11.29	69,669	24.33	22,373	7.81	6,869	2.40	17,049	5.95	148,285	51.78
Patrimonio de los accionistas												
Capital pagado	21,744	7.59	40,464	14.13	13,761	4.80	3,987	1.39	10,044	3.51	90,000	31.43
Reserva legal	2,686	0.94	4,998	1.75	1,700	0.59	492	0.17	1,241	0.43	11,117	3.88
Utilidades retenidas	5,293	1.85	9,850	3.44	3,350	1.17	971	0.34	2,445	0.85	21,909	7.65
Utilidad del periodo	1,918	0.67	2,020	0.71	4,657	1.63	2,067	0.72	4,421	1.54	15,083	5.27
Total del patrimonio	31,641	11.05	57,332	20.02	23,468	8.19	7,517	2.62	18,151	6.34	138,109	48.22
Total pasivo y patrimonio	63,967	22.34	127,001	44.35	45,840	16.01	14,386	5.02	35,199	12.29	286,393	100.00

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Nota: La empresa no cuenta con información diferenciada de cada partida del estado de situación financiera para los segmentos que tiene identificados, por lo que la distribución de los mismos se hizo con base a los ingresos de cada segmento.

En los estados financieros por segmentos de operación con valores porcentuales se puede observar la representatividad de cada segmento en los rubros de los estados financieros. Los segmentos más importantes y que forman parte de los segmentos sobre los que debe informarse, son el acero, materiales de construcción, cerámicos, pintura y el resto de segmentos, en el estado de resultados se puede observar que el segmento con mayor representatividad en los ingresos es el de materiales de construcción con 44.96% de los ingresos a favor de este segmento. La utilidad bruta en ventas de la empresa es de 15.86% la misma está compuesta por los segmentos de operación como sigue, materiales de construcción con 5.79%, seguido por el segmento de acero con 3.34%, cerámicos con 3.09%, el resto de segmentos con 2.54% y pinturas con 1.10%, después de la deducción de los gastos de operación, la utilidad en operación corresponde a 5.06%, el segmento con mayor participación en la ganancia de operación es el segmento cerámico con 1.44%, seguido por el resto de segmentos con 1.34%, luego el segmento de materiales de construcción 0.93%, acero con 0.73% y pintura con 0.62%, el segmento cerámicos desplazo al segmento de materiales de construcción y el resto de segmentos desplazo al acero quedando los materiales de construcción y el acero en tercer y cuarto lugar, esta baja en la utilidad de los segmentos más significativo en ventas corresponde a la deducción de los gastos de operación, gastos financieros e impuestos. La utilidad neta del periodo corresponde a 2.99% , el segmento con mayor representatividad en la utilidad del período es el segmento de cerámicos con 0.92%, en segundo lugar el resto de segmentos, luego las pinturas con 0.41%, seguido por el segmento de materiales de construcción con 0.40% y por último el segmento del acero con 0.38%, en la distribución de la utilidad del período el orden de la representatividad de los segmentos cambio, este

cambio se vió influenciado por los gastos de operación, gastos financieros e impuestos.

En los activos de la empresa el segmento con mayor representatividad es el de materiales de construcción con 44.96%, seguido por el segmento de acero con 24.16%, cerámicos con 15.29%, el resto de segmentos con 11.16% y pinturas con 4.43%, la empresa no cuenta con información diferenciada de los activos por segmentos por lo que se repartió en los segmentos de acuerdo a los ingresos. La representatividad de los segmentos de operación en los pasivos y patrimonio es como sigue atendiendo a su importancia, materiales de construcción con 46.01%, seguido por el segmento de acero con 22.94%, cerámicos con 15.19%, el resto de segmentos con 11.33% y pinturas con 4.53%.

4.15 Análisis de rentabilidad de los segmentos geográficos por medio de razones financieras

A continuación se presenta el estado de resultados por segmentos geográficos, ambos de la Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción, para aplicar las razones financieras que permitan analizar la información contable y determinar la posición financiera de la empresa para el período 2017

Tabla 51
Estado de Resultados por Segmentos Geográficos
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

Descripción	Metropolitana	Central	Suroccidental	Resto de segmentos	Total	REF.
Ventas Netas	252,631	55,579	106,105	90,947	505,261	← T.20 → T.51/53/54/55/62
Costo de Ventas	(211,308)	(46,863)	(89,074)	(77,871)	(425,116)	← T.21 → T.63
Utilidad bruta en ventas	41,322	8,716	17,030	13,076	80,145	← T.9 → T.53
Gastos de administración	(7,287)	(1,801)	(4,094)	(3,193)	(16,374)	← T.9
Gastos de ventas	(17,002)	(4,203)	(9,552)	(7,450)	(38,206)	← T.9
Utilidad en operación	17,034	2,712	3,385	2,433	25,564	← T.9 → T.54
Gasto financiero	(1,160)	(287)	(652)	(508)	(2,608)	← T.9
Otros gastos	(627)	(155)	(353)	(275)	(1,410)	← T.9
Utilidad del periodo	15,246	2,270	2,381	1,649	21,547	← T.9
Reserva Legal	(762)	(114)	(119)	(82)	(1,077)	← T.9
Impuesto sobre la renta	(3,812)	(568)	(595)	(412)	(5,387)	← T.9
Utilidad Neta	10,672	1,589	1,667	1,155	15,083	← T.9 → T.55

→ T.65 → T.65 → T.65 → T.65 → T.65
Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Tabla 52
Estado de Situación Financiera por Segmentos Geográficos
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Metropolitana	Central	Sur occidental	Resto de segmentos	Total	Ref.
Activo Corriente						
Efectivo	11,129	2,448	4,674	4,006	22,258	←T.10 →T.57
Cuentas por cobrar	41,082	9,038	17,254	14,789	82,163	←T.10 →T.62
Inventarios	68,526	15,076	28,781	24,669	137,051	←T.10 →T.56/63
Gastos. pagados por anticipado	234	51	98	84	467	
Total activos corrientes	120,970	26,613	50,807	43,549	241,939	←T.10 →T.56
Activo No Corriente						
Cuentas por cobrar LP	13,253	2,916	5,566	4,771	26,505	←T.10
Documentos por cobrar LP	406	89	170	146	811	←T.10
Total de activos no corrientes	22,227	4,890	9,335	8,002	44,454	←T.10
Total Activos	143,197	31,503	60,143	51,551	286,393	←T.10 →T.59/60/61
Pasivos y Patrimonio						
Pasivos Corrientes						
Cuentas por pagar	37,227	10,510	20,155	18,562	86,453	←T.10 →T.10
Total Pasivos Corrientes	37,227	10,510	20,155	18,562	86,453	←T.10 →T.56/57
Pasivos no Corrientes						

Tabla 52
Estado de Situación Financiera por Segmentos Geográficos
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Metropolitana	Central	Sur occidental	Resto de segmentos	Total	Ref.
Préstamo a largo plazo	30,044	6,610	12,618	10,816	60,088	←T.10
Provisión para indemnización	872	192	366	314	1,744	←T.10
Total Pasivos No Corrientes	30,916	6,801	12,985	11,130	61,831	←T.10
Total Pasivos	68,142	17,311	33,140	29,691	148,285	←T.10 →T.60/61
Patrimonio						
Capital pagado	45,000	9,900	18,900	16,200	90,000	←T.10
Reserva legal	5,558	1,223	2,334	2,001	11,117	←T.10
Utilidades retenidas	7,824	2,480	6,102	5,504	21,909	←T.10
Utilidad del periodo	10,672	1,589	1,667	1,155	15,083	←T.10
Total del patrimonio	69,054	15,192	29,003	24,860	138,109	←T.10 →T.58/59
Total pasivo y patrimonio	137,197	32,503	62,143	54,551	286,393	←T.10
	→T.66	→T.66	→T.66	→T.66	→T.66	

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Nota: La empresa no cuenta con información diferenciada de cada partida del estado de situación financiera para los segmentos que tiene identificados, por lo que la distribución de los mismos se hizo con base a los ingresos de cada segmento.

4.15.1 Margen de utilidad bruta

Al analizar los estados financieros completos la empresa tiene una utilidad bruta del 15.86%, es decir que por cada Q. 1.00 de venta la empresa obtiene un beneficio de Q. 0.16, a este beneficio aun no se le han deducido todos los gastos de operación solo el costo de venta. En comparación con el margen de utilidad de 4.26%, la diferencia de 11.60% corresponde a la deducción de los gastos de operación, financieros y otros gastos.

Para obtener el margen de utilidad bruta se utiliza la siguiente fórmula: la utilidad bruta dividida entre las ventas totales, este resultado se multiplica por cien, dando como resultado el margen de utilidad bruta de la empresa.

$$(Q.80,144,941.20/Q. 505,261,057.75)*100= 15.86\%$$

Tabla 53
Utilidad Bruta en Segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Utilidad Bruta	Ventas Netas	Razón
1	Metropolitana	41,322,471	252,630,529	16.36
2	Central	8,715,944	55,578,716	15.68
3	Suroccidental	17,030,438	106,104,822	16.05
4	Resto de segmentos	13,076,089	90,946,990	14.38
	Total	80,144,941	505,261,058	

←T.51

←T.51

→T.64

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Los segmentos de la región metropolitana y suroccidental mantienen una utilidad bruta promedio de 16.05% y 16.36%, los cuales superan el margen bruto de utilidad de la empresa de 15.86%, sin embargo los segmentos de la región central y resto de segmentos se encuentran en un 14.38% y 15.68% de

utilidad bruta, estos segmentos están por debajo del margen bruto de la empresa, es conveniente revisar los gastos que se ejecutan en estos segmentos para validar que correspondan, o bien revisar si es necesario un cambio en la asignación de los recursos en cada región.

4.15.2 Margen de utilidad operativa

El margen de utilidad operativa de la empresa es de 5.06%, es decir que por cada Q.1.00 de venta se genera una utilidad de 0.05, esta utilidad ya contempla los costos y gastos de operación, esta utilidad es la que se genera puramente de las operaciones de la empresa, esta no considera los gastos financieros e impuestos.

Para obtener el margen de utilidad operativa se utiliza la siguiente fórmula: la utilidad operativa dividida entre las ventas totales, este resultado se multiplica por cien, dando como resultado el margen de utilidad operativa de la empresa.
(Q. 25,564,411.39/Q. 505,261,057.75)*100= 5.06%

Tabla 54
Margen de utilidad operativa en Segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Utilidad operativa	Ventas Netas	Razón
1	Metropolitana	17,034,135	252,630,529	6.74
2	Central	2,712,085	55,578,716	4.88
3	Suroccidental	3,385,305	106,104,822	3.19
4	Resto de segmentos	2,432,886	90,946,990	2.68
	Total	25,564,411	505,261,058	

←T.51 ←T.51 →T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

El segmento de la región metropolitana es el que tiene un margen de utilidad operativa mayor siendo este de un 6.74%, este margen está arriba del margen de utilidad operativa de la empresa en su conjunto, siendo este segmento el que representa un mayor porcentaje de ingresos.

4.15.3 Margen de utilidad neta

El margen de utilidad es el beneficio que se obtiene por cada Q. 1.00 vendido. Al analizar los estados financieros completos la empresa tiene un margen de utilidad de 2.99%, lo que significa que la empresa se beneficia con Q. 0.03 por cada Q. 1.00 de venta. El segmento con un margen mayor de utilidad es la región metropolitana, con 4.22% de utilidad, es decir que por cada Q. 1.00 de venta obtiene un beneficio de Q. 0.04, este índice supera el margen de utilidad general, la región central tiene un margen de utilidad de 2.86%, su beneficio por Q. 1.00 vendido es de Q. 0.02, el segmento de la región suroccidental tiene un margen del 1.57%, este se beneficia con Q. 0.01 por cada Q. 1.00 vendido y el resto de segmentos con un margen de 1.27%, se beneficia con Q. 0.01 por cada Q. 1.00 vendido.

Para obtener el margen de utilidad neta se utiliza la siguiente fórmula: la utilidad neta dividida entre las ventas totales, este resultado se multiplica por cien, dando como resultado el margen de utilidad neta de la empresa.

$$(Q.15,082,814/Q. 505,261,057)*100= 2.99\%$$

Tabla 55
Margen de Utilidad neta en Segmentos de geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Utilidad Neta	Ventas Netas	Razón
1	Metropolitana	10,672,432	252,630,529	4.22
2	Central	1,589,109	55,578,716	2.86
3	Suroccidental	1,666,645	106,104,822	1.57
4	Resto de segmentos	1,154,627	90,946,990	1.27
	Total	15,082,814	505,261,058	

←T.51 ←T.51 →T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

El margen de utilidad de la región suroccidental y resto de segmentos esta por debajo del margen de utilidad del total de segmentos de operación, por lo que se recomienda revisar los gastos de operación y gastos financieros de cada segmento para realizar un plan de ahorro y optimización de recursos así poder incrementar su margen de utilidad.

4.15.4 Liquidez segmentos geográficos

La liquidez se refiere a la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Se determinó por medio de esta razón que la empresa dispone de Q. 1.21 para cubrir cada Q.1.00 que adeuda a corto plazo, este índice es aceptable ya que la empresa cubre la totalidad de su obligación quedando un excedente de efectivo, para cubrir otras obligaciones. Para obtener el índice de liquidez se utiliza la siguiente fórmula: el activo corriente (-) inventario, este resultado se divide entre el pasivo corriente.
(Q.241,939,075-Q.137,051,175)/(86,453,418) = 1.21

Tabla 56
Liquidez en Segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Activo corriente	Inventarios	Pasivo corriente	Razón
1	Metropolitana	120,969,538	68,525,588	37,226,709	1.41
2	Central	26,613,298	15,075,629	10,509,876	1.10
3	Suroccidental	50,807,206	28,780,747	20,155,218	1.09
4	Resto de segmentos	43,549,034	24,669,212	18,561,615	1.02
	Total	241,939,075	137,051,175	86,453,418	

←T.52 ←T.52 ←T.52 →T.64

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de liquidez por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.5 Solvencia inmediata segmentos geográficos

La solvencia inmediata se refiere a la capacidad inmediata que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. A diferencia de la liquidez esta solo considera el efectivo y sus equivalentes. Se determinó por medio de esta razón que la empresa dispone de Q. 0.26 por cada Q.1.00 que adeuda a corto plazo. Este índice nos asegura que la empresa podrá pagar de forma inmediata un 26% de sus deudas, sin embargo para cubrir el 100% de su deuda será necesario el cobro de sus cuentas y realizar sus inventarios.

Para obtener el índice de solvencia inmediata se utiliza la siguiente fórmula: el efectivo y valores negociables(-) pasivo corriente.
 $(Q.22,257,800)/(86,453,418) = 0.26$

Tabla 57
Solvencia Inmediata Segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Efectivo y valores negociables	Pasivo corriente	Razón
1	Metropolitana	11,128,900	37,226,709	0.30
2	Central	2,448,358	10,509,876	0.23
3	Suroccidental	4,674,138	20,155,218	0.23
4	Resto de segmentos	4,006,404	18,561,615	0.22
	Total	22,257,800	86,453,418	

←T.52 ←T.52 →T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de solvencia inmediata por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.6 Inversión en activos fijos segmentos geográficos

Este índice refleja la relación del capital y la adquisición de activos fijos, de los cuales la empresa obtendrá beneficios futuros. Para obtener el índice de inversión en activos fijos se utiliza la siguiente fórmula: el patrimonio neto / Activos fijos. $(Q.138,108,543)/(17,137,403) = 8.06$

Tabla 58
Inversión en activos fijos en segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Patrimonio Neto	Propiedad, planta y equipo	Razón
1	Metropolitana	69,054,272	8,568,702	8.06
2	Central	15,191,940	1,885,114	8.06
3	Suroccidental	29,002,794	3,598,855	8.06
4	Resto de segmentos	24,859,538	3,084,733	8.06
	Total	138,108,543	17,137,403	

←T.52 ←T.52 →T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de inversión en activos fijos por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.7 Propiedad segmentos geográficos

El índice de propiedad se refiere al % de los activos que han sido adquiridos con recursos propios. Se determinó por medio de esta razón que por cada Q.1.00 de activo registrado Q. 0.48 fue financiado con recursos propios. Para obtener el índice de propiedad se utiliza la siguiente fórmula: (patrimonio neto / Activo total) **(Q138,108,543/286,393,195) = 0.48**

Tabla 59
Propiedad en segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Patrimonio Neto	Activo Total	Razón
1	Metropolitana	69,054,272	143,196,597	0.48
2	Central	15,191,940	31,503,251	0.48
3	Suroccidental	29,002,794	60,142,571	0.48
4	Resto de segmentos	24,859,538	51,550,775	0.48
	Total	138,108,543	286,393,195	

←T.52 ←T.52 →T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de propiedad por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.8 Endeudamiento segmentos geográficos

El índice de endeudamiento muestra el grado de financiamiento externo que se tiene de los activos de la empresa. Se determinó por medio de esta razón que por cada Q.1.00 de activo registrado se adeuda Q.0.52, ya que el resto fue adquirido con recursos propios. Para obtener el índice de endeudamiento se utiliza la siguiente fórmula: (pasivos totales / Activo total)
(Q148,284,652/286,393,195) = 0.52

Tabla 60
Endeudamiento en Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Pasivos Totales	Activos Totales	Razón
1	Metropolitana	68,142,326	143,196,597	0.48
2	Central	17,311,312	31,503,251	0.55
3	Suroccidental	33,139,777	60,142,571	0.55
4	Resto de segmentos	29,691,237	51,550,775	0.58
	Total	148,284,652	286,393,195	

←T.52 ←T.52 →T.64

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de endeudamiento por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.9 Solidez segmentos geográficos

El índice de solidez refleja la capacidad que la empresa tiene para afrontar sus obligaciones. Se determinó por medio de esta razón que el índice de solidez de la empresa es de 1.93, esto significa que la empresa dispone de Q. 1.93 de activos para afrontar cada Q. 1.00 de pasivo, y aún le queda un disponible de Q. 0.93 para cubrir otras obligaciones. Para obtener el índice de solidez se utiliza la siguiente fórmula: (activo total / pasivo total) **(Q286,393,195/ Q148,284,652) = 1.93**

Tabla 61
Solidez en Segmentos de Operación
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Activos Totales	Pasivos Totales	Razón
1	Metropolitana	143,196,597	68,142,326	2.10
2	Central	31,503,251	17,311,312	1.82
3	Suroccidental	60,142,571	33,139,777	1.81
4	Resto de segmentos	51,550,775	29,691,237	1.74
	Total	286,393,195	148,284,652	

←T.52 ←T.52 →T.64

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Se proporciona el índice de solidez por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.10 Rotación de cuentas por cobrar segmentos geográficos

El índice de rotación de cuentas por cobrar refleja el número de veces en que ha girado las cuentas por cobrar durante el año. Se determinó por medio de esta razón que el índice de rotación de cuentas por cobrar de la empresa es de 6.15, esto significa que la empresa recupera el crédito otorgado 6.15 veces al año, es decir cada 59 días. Para obtener el índice de rotación de cuentas por cobrar se utiliza la siguiente fórmula: (ventas/ cuentas por cobrar) **(Q505,261,058/ Q82,163,097) = 6.15**, para convertirlo en días se utiliza la siguiente formula $360 \text{ ó } 365/6.15=59.34$ días

Tabla 62
Rotación de cuentas por cobrar en segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Ventas	Cuentas por cobrar	Razón
1	Metropolitana	252,630,529	41,081,548	6.15
2	Central	55,578,716	9,037,941	6.15
3	Suroccidental	106,104,822	17,254,250	6.15
4	Resto de segmentos	90,946,990	14,789,357	6.15
	Total	505,261,058	82,163,097	

←T.51 ←T.52 →T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de rotación de cuentas por cobrar por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.11 Rotación de inventarios segmentos geográficos

El índice de rotación de inventarios refleja el número de veces en que se han realizado los inventarios durante el año. Se determinó por medio de esta razón que el índice de rotación de inventarios de la empresa es de 3.10, esto significa que la empresa compra inventario 3.10 veces al año, es decir cada 117 días. Para obtener el índice de rotación de inventarios se utiliza la siguiente fórmula: (costo de ventas/ inventarios) **(Q425,116,117/ Q137,051,175) = 3.10**, para convertirlo en días se utiliza la siguiente formula $360 \text{ ó } 365/3.10=117.67\text{días}$

Tabla 63
Rotación de inventarios en segmentos geográficos
(Cifras expresadas en quetzales)

No	Segmento	Costo de ventas	Inventarios	Razón
1	Metropolitana	211,308,058	68,525,588	3.08
2	Central	46,862,773	15,075,629	3.11
3	Suroccidental	89,074,384	28,780,747	3.09
4	Resto de segmentos	77,870,901	24,669,212	3.16
	Total	425,116,117	137,051,175	

←T.51

←T.52

→T.64

Fuente: *Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.*

Se proporciona el índice de rotación de inventarios por segmentos, sin embargo la razonabilidad de este se ve afectada por el reparto que se realizó de los activos y pasivos para cumplir con los requerimientos de la NIIF 8, ya que no se cuenta con información diferenciada de estas partidas del estado financiero.

4.15.12 Resumen razones financieras de los segmentos geográficos

A continuación un resumen de los índices aplicados al estado de resultados de la empresa.

Tabla 64
Resumen Razones Financieras
Segmentos Geográficos

No	Segmento	Margen de utilidad bruta	Margen de utilidad operativa	Margen de utilidad neta	Liquidez	Solvencia inmediata	Inversión en Activos Fijos	Propiedad	Endeudamiento	Solidez	Rotación cuentas por cobrar	Rotación inventario
1	Metropolitana	16.36	6.74	4.22	1.41	0.30	8.06	0.48	0.48	2.10	6.15	3.69
2	Central	15.68	4.88	2.86	1.10	0.23	8.06	0.48	0.55	1.82	6.15	3.69
3	Suroccidental	16.05	3.19	1.57	1.09	0.23	8.06	0.48	0.55	1.81	6.15	3.69
4	Resto de segmentos	14.38	2.68	1.27	1.02	0.22	8.06	0.48	0.58	1.74	6.15	3.69
	Estado financiero	15.86	5.06	2.99	1.21	0.26	8.06	0.48	0.52	1.93	6.15	3.69

←T.53 ←T.54 ←T.55 ←T.56 ←T.57 ←T.58 ←T.59 ←T.60 ←T.61 ←T.62 ←T.63

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

4.16 Análisis vertical de segmentos geográficos

Tabla 65
Análisis vertical
Estado de Resultados por segmentos geográficos
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

	Metropolitana	%	Central	%	Sur occidental	%	Resto de segmentos	%	Total	%
Ventas Netas	252,631	50.00	55,579	11.00	106,105	21.00	90,947	18.00	505,261	100.00
Costo de Ventas	(211,308)	(41.82)	(46,863)	(9.27)	(89,074)	(17.63)	(77,871)	(15.41)	(425,116)	(84.14)
Utilidad bruta en ventas	41,322	8.18	8,716	1.73	17,030	3.37	13,076	2.59	80,145	15.86
Gastos de administración	(7,287)	(1.44)	(1,801)	(0.36)	(4,094)	(0.81)	(3,193)	(0.63)	(16,374)	(3.24)
Gastos de ventas	(17,002)	(3.36)	(4,203)	(0.83)	(9,552)	(1.89)	(7,450)	(1.47)	(38,206)	(7.56)
Utilidad en operación	17,034	3.37	2,712	0.54	3,385	0.67	2,433	0.48	25,564	5.06
Gasto financiero	(1,160)	(0.23)	(287)	(0.06)	(652)	(0.13)	(508)	(0.10)	(2,608)	(0.52)
Otros gastos	(627)	(0.12)	(155)	(0.03)	(353)	(0.07)	(275)	(0.05)	(1,410)	(0.28)
Utilidad del periodo	15,246	3.02	2,270	0.45	2,381	0.47	1,649	0.33	21,547	4.26
Reserva legal	(762)	(0.15)	(114)	(0.02)	(119)	(0.02)	(82)	(0.02)	(1,077)	(0.21)
Impuesto sobre la renta	(3,812)	(0.75)	(568)	(0.11)	(595)	(0.12)	(412)	(0.08)	(5,387)	(1.07)
Utilidad del periodo	10,672	2.11	1,589	0.31	1,667	0.33	1,155	0.23	15,083	2.99

←T.51

←T.51

←T.51

←T.51

←T.51

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

Tabla 66
Análisis vertical
Estado de Situación Financiera
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

Activo	Metropolitana	%	Central	%	Sur occidental	%	Resto de segmentos	%	Total	%
Activo Corriente										
Efectivo	11,129	3.89	2,448	0.85	4,674	1.63	4,006	1.40	22,258	7.77
Cuentas por cobrar	41,082	14.34	9,038	3.16	17,254	6.02	14,789	5.16	82,163	28.69
Inventarios	68,526	23.93	15,076	5.26	28,781	10.05	24,669	8.61	137,051	47.85
Gastos pagados por anticipado	234	0.08	51	0.02	98	0.03	84	0.03	467	0.16
Total activos corrientes	120,970	42.24	26,613	9.29	50,807	17.74	43,549	15.21	241,939	84.48
Activo No Corriente										
Cuentas por cobrar a largo plazo	13,253	4.63	2,916	1.02	5,566	1.94	4,771	1.67	26,505	9.25
Documentos por cobrar a largo plazo	406	0.14	89	0.03	170	0.06	146	0.05	811	0.28
Terrenos, Inmuebles, maquinaria y equipo neto	8,569	2.99	1,885	0.66	3,599	1.26	3,085	1.08	17,137	5.98
Total de activos no corrientes	22,227	7.76	4,890	1.71	9,335	3.26	8,002	2.79	44,454	15.52
Total Activos	143,197	50.00	31,503	11.00	60,143	21.00	51,551	18.00	286,393	100.00
Pasivos y Patrimonio										
Pasivos Corrientes										
Cuentas por pagar	37,227	13.00	10,510	3.67	20,155	7.04	18,562	6.48	86,453	30.19
Total Pasivos Corrientes	37,227	13.00	10,510	3.67	20,155	7.04	18,562	6.48	86,453	30.19

Tabla 66
Análisis vertical
Estado de Situación Financiera
(Cifras expresadas en miles de quetzales)

Activo	Metropolitana	%	Central	%	Sur occidental	%	Resto de segmentos	%	Total	%
Pasivos no Corrientes										
Préstamo a largo plazo	30,044	10.49	6,610	2.31	12,618	4.41	10,816	3.78	60,088	20.98
Provisión para indemnizaciones laborales	872	0.30	192	0.07	366	0.13	314	0.11	1,744	0.61
Total Pasivos No Corrientes	30,916	10.79	6,801	2.37	12,985	4.53	11,130	3.89	61,831	21.59
Total Pasivos	68,142	23.79	17,311	6.04	33,140	11.57	29,691	10.37	148,285	51.78
Patrimonio										
Capital pagado	45,000	15.71	9,900	3.46	18,900	6.60	16,200	5.66	90,000	31.43
Reserva legal	5,558	1.94	1,223	0.43	2,334	0.82	2,001	0.70	11,117	3.88
Utilidades retenidas	7,824	2.73	2,480	0.87	6,102	2.13	5,504	1.92	21,909	7.65
utilidad del periodo	10,672	3.73	1,589	0.55	1,667	0.58	1,155	0.40	15,083	5.27
Total patrimonio	69,054	24.11	15,192	5.30	29,003	10.13	24,860	8.68	138,109	48.22
Total pasivo y patrimonio	137,197	47.90	32,503	11.35	62,143	21.70	54,551	19.05	286,393	100.00

← T.52

← T.52

← T.52

← T.52

← T.52

Fuente: Elaboración propia, con base en la información financiera de la empresa presentada según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación.

En los estados financieros por segmentos geográficos con valores porcentuales se puede observar la representatividad de cada segmento en los rubros de los estados financieros. Los segmentos más importantes y que forman parte de los segmentos sobre los que debe informarse, son la región metropolitana, central, suroccidental y resto de segmentos, en el estado de resultados se puede observar que el segmento con mayor representatividad en los ingresos es la región metropolitana con 50%, seguido por la región suroccidental 21%, el resto de segmentos con 18% y la región central con 11%, respecto al costo de ventas el nivel de importancia se mantiene en los segmentos, siendo la región metropolitana la más importante con 41.82%, seguido por la región suroccidental 17.63%, el resto de segmentos con 15.41% y la región central con 9.27%. La utilidad bruta en ventas de la empresa es de 15.86% la misma está compuesta por los segmentos geográficos como sigue, región metropolitana la más importante con 8.18%, seguido por la región suroccidental 3.37%, el resto de segmentos con 2.59% y la región central con 1.73%, después de la deducción de los gastos de operación, la utilidad en operación corresponde a 5.06%, el segmento con mayor participación en la ganancia de operación es la región metropolitana la más importante con 3.37%, seguido por la región suroccidental 0.67%, la región central con 0.54% y el resto de segmentos con 0.48%, la región central desplazo al resto de segmentos, esta baja en la utilidad de los segmentos corresponde a la deducción de los gastos de operación, gastos financieros y otros gastos. La utilidad neta del periodo corresponde a 2.99%, el segmento con mayor representatividad en la utilidad del período es la región metropolitana la más importante con 2.11%, seguido por la región suroccidental 0.33%, la región central con 0.31% y el resto de segmentos con 0.23%.

En los activos de la empresa el segmento con mayor representatividad es la región metropolitana con 50%, seguido por la región suroccidental con 21%, el resto de segmentos con 18% y la región central con 11%, la empresa no cuenta con información diferenciada de los activos por segmentos por lo que se repartió en los segmentos de acuerdo a los ingresos. La representatividad de los segmentos de geográficos en los pasivos y patrimonio es como sigue atendiendo a su importancia, región metropolitana con 47.9%, seguido por la región suroccidental con 21.70%, el resto de segmentos con 19.05% y la región central con 11.35%.

4.17 Resumen del caso práctico

- **Segmentos de operación**

Se identificaron 17 segmentos de operación que corresponden a las categorías de productos que la empresa comercializa, dichos segmentos cumplen las características para ser considerados segmentos de operación, se realizaron las pruebas de los umbrales cuantitativos que la norma detalla y los segmentos que cumplieron los umbrales cuantitativos para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse son el acero, los materiales de construcción, cerámicos y pinturas, los segmentos que no cumplieron los umbrales cuantitativos fueron agregados al resto de segmentos. Se determinó con base al análisis de rentabilidad efectuado que el segmento con un margen de utilidad mayor es el segmento de las pinturas, sin embargo el más significativo en la ganancia de la empresa es el segmento de cerámicos, el acero y materiales de construcción son los segmentos que generan mayores ingresos a la empresa sin embargo sus gastos operativos son muy altos, y no se logran cubrir con el volumen de venta que se realiza.

- **Segmentos geográficos**

Se identificaron 7 segmentos geográficos que corresponden a las regiones donde la empresa comercializa sus productos, dichos segmentos cumplen las características para ser considerados segmentos de operación, se realizaron las pruebas de los umbrales cuantitativos que la norma detalla y los segmentos que cumplieron los umbrales cuantitativos para ser considerados segmentos sobre los que debe informarse son la región metropolitana, central y suroccidental, los segmentos que no cumplieron los umbrales cuantitativos fueron agregados al resto de segmentos. Se determinó con base al análisis de rentabilidad efectuado que el segmento con un margen de utilidad mayor es el segmento de la región metropolitana, este resultado se ve influenciado por las condiciones económicas del país, siendo la región metropolitana donde se tienen mejores oportunidades de crecimiento económico que favorece a la construcción en esta región, esto porque más porcentaje de la población tiene capacidad económica para invertir en remodelar su vivienda o comprar una.

A continuación se presenta un informe del trabajo de consultoría con el análisis de la información contable por segmentos.

4.18 Informe final

Análisis de la Información Contable por Segmentos Año 2017

Guatemala, 10 de agosto 2018

Lic. Isaac Hernández
Gerente General
Comercializadora de Productos para la Construcción, S.A.
Ciudad

Estimado Licenciado:

Se ha concluido la consultoría sobre el análisis de la información contable por segmentos según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número 8, Segmentos de Operación, correspondiente al periodo contable del 01 de enero al 31 de diciembre del 2017, con el fin que el trabajo realizado sirva de herramienta a la administración para la toma de decisiones.

El alcance de la consultoría sobre el análisis de la información contable por segmentos, abarcó el estado de resultados y el estado de situación financiera, se analizó la contribución que tiene cada segmento en los ingresos, la ganancia y los activos de la empresa, tanto en los segmentos de operación como en los segmentos geográficos. Adicional se analizó cada segmento de operación y geográfico por medio de razones financieras para determinar la rentabilidad de los segmentos de operación y geográficos. Se analizó la información de los estados financieros en su conjunto para determinar la posición financiera y económica de la empresa mediante la aplicación de razones financieras de solvencia, estabilidad y actividad, se incluyó también este análisis por segmento sin embargo a nuestro criterio el análisis por segmentos de estos índices no presentan la realidad por segmento, ya que la

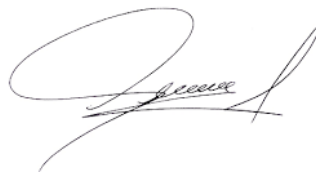
empresa no contaba con información diferenciada de los activos y pasivos por lo que se realizó la distribución con base a los ingresos de cada segmento, esto desvirtúa el resultado de estos índices por segmentos, por ello se sugiere ver el resultado global que resulto de aplicar los índices al total de las partidas del estado financiero.

También se realizaron los estados financieros por segmentos de operación y segmentos geográficos, con base porcentual para identificar con claridad la representatividad de cada segmento en el estado financiero.

Del análisis realizado a los segmentos se determinó surgieron algunos hallazgos que se presentan en el contenido de este informe, juntamente con las recomendaciones para que la administración de la empresa Comercializadora de Productos para la Construcción las considere y analice.

Se agradece la colaboración brindada por el personal administrativo de la empresa en el trabajo de campo realizado en la consultoría, quedando a su disposición para ampliar y aclarar el contenido del presente informe.

Atentamente



Angélica Aguilar
Consultores Administrativos y Financieros

I. Segmentos de operación

Se evaluó la información contable de la empresa del periodo del 01 de enero al 31 de diciembre del 2017, se determinó que los segmentos que cumplen los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación son el acero, cerámicos, materiales de construcción y pintura, los demás segmentos que no cumplieron los umbrales cuantitativos se agregaron como resto de segmentos.

Los segmentos de operación sobre los que debe informarse representan el 84.41% de los ingresos de la empresa, que equivalen a Q. 426,490,858.85, un 70.69% de las utilidades de la empresa que representan Q. 15, 231,176.89 y un 84.41% de los activos de la empresa que equivalen a Q. 241,939,075.86.

Los segmentos que no alcanzaron los umbrales cuantitativos son: baños, cerrajería, eléctricos, ferretería, fontanería, herramientas, iluminación, jardinería, madera, PVC, químicos, servicios de instalación y tornillería, estos se agregaron al resto de segmentos, que representan un 15.49% de los ingresos de la empresa que equivalen a Q. 78,770,198.90, un 29.31% de las utilidades de la empresa equivalentes a Q. 6.315,699.70 y un 15.49% de los activos equivalentes a Q.44,648,699.09.

Se realizó un análisis de rentabilidad a los segmentos de operación, en el cual se determinó que el segmento más rentable es el segmento de pintura, sin embargo este segmento no es representativo en la utilidad del periodo derivado que el volumen de ventas de este segmento es menor a los demás segmentos. Los segmentos del acero y materiales de construcción representan un 70% de los ingresos de la empresa, sin embargo respecto a la utilidad solo representan un 26%, derivado que su margen de utilidad neta está por debajo del margen de utilidad de la empresa en su conjunto.

El segmento de materiales de construcción es el menos rentable, con un margen de utilidad bruta del 12.87%, reduciéndose al 2.07% de margen de utilidad operativa, lo que significa que sus gastos de operación equivalen a un 10.80% respecto a las ventas, dicho porcentaje es considerado alto afectando los márgenes de utilidad de la empresa.

II. Segmentos geográficos

Resultado de la evaluación realizada se determinó que los segmentos que cumplen los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera 8, Segmentos de Operación son la región metropolitana, central, suroccidental, los demás segmentos que no cumplieron los umbrales cuantitativos se agregaron como resto de segmentos.

Los segmentos geográficos sobre los que debe informarse representan el 82% de los ingresos de la empresa, que equivalen a Q. 414,314,067.36, un 92.34% de las utilidades de la empresa que representan Q. 19,897,409.77 y un 82% de los activos de la empresa que equivalen a Q. 234,842,419.86

Los segmentos que no cumplieron los umbrales cuantitativos de la norma son: la región norte, nororiental, noroccidental y Petén, estos fueron agregados al resto de segmentos que representan un 18% de los ingresos lo que equivale a Q. 90,946,990.40, un 7.66% en las utilidades de la empresa equivalentes a Q. 1,649,466.82 y un 18% de los activos que equivalen a Q. 51, 550,775.09.

Se realizó un análisis de rentabilidad a los segmentos geográficos, en el cual se determinó que el segmento más rentable es el segmento de la región metropolitana, esta región está integrada por el departamento de Guatemala, siendo este segmento el más representativo en los ingresos de la empresa,

por su infraestructura y posición en la economía esta región es donde se observa mayor auge del sector de la construcción, favoreciendo al comercio de los productos utilizados para la construcción.

El segmento geográfico menos rentable es el suroccidental, integrado por los departamentos de Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos y Suchitepéquez, el margen de utilidad neta de este segmento es de 2.24%, las vías de acceso a esta región y la economías son uno de los principales factores por los que se ve perjudicado el sector de la construcción en esta región.

III. Análisis Financiero de la empresa en su conjunto

Se presenta resultado del análisis de los estados financieros en su conjunto, derivado que algunas partidas de estos fueron distribuidas en los segmentos utilizando un criterio de reparto razonable a efectos de cumplir con los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera número de la información contable por segmentos, 8, Segmentos de Operación, sin embargo dicho reparto puede de alguna forma alterar la razonabilidad de dicho análisis por segmentos, por lo que se presentara de forma conjunta los resultados del mismo:

- El margen de utilidad operativa de la empresa es de 5.06% lo que significa que por cada Q.1.00 vendido genera una utilidad de Q. 0.05, este se considera un porcentaje bajo en comparación con los márgenes que manejan otras empresas de este tipo. La estructura operativa es grande y no se alcanzan los volúmenes de venta para cubrir dichos gastos.

- El margen de utilidad neta es de 2.99, se considera un margen bajo, como mínimo debería alcanzar el 5%, para estar en línea con las empresas de este tipo.
- La liquidez de la empresa es buena ya que cubre sus deudas a corto plazo con sus activos corrientes, sin embargo esto depende de la pronta realización de las cuentas por cobrar e inventarios.
- La solvencia de la empresa está en 0.26 lo que significa que la empresa solo cubrirá de forma inmediata y en efectivo el 26% de sus deudas a corto plazo, sin necesidad de realizar sus inventarios.
- La empresa maneja un índice de propiedad del 0.48 es decir que el 48% de sus activos fueron adquiridos con bienes propios y el resto con financiamiento de terceros, con base a este índice se concluye que el índice de endeudamiento está en un 0.52
- La empresa tiene la solidez para afrontar sus obligaciones con terceros en un 100%, ya que el índice de solidez está en un 1.93 es decir que posee Q. 1.93 de activo por cada Q.1.00 de pasivo.
- El índice de rotación de cuentas por cobrar es muy bajo y va en contra de las políticas de la empresa, ya que la recuperación de su cartera se está dando 6 veces al año, es decir que se están dando 59 días de crédito.
- El índice de rotación de inventario es bajo considerando que el giro de la empresa solo es comercializar, el índice es de 3.10 esto significa que 3 veces al año se compra inventario para la comercialización.

CONCLUSIONES

1. La empresa comercializadora de productos para la construcción, comercializa 17 categorías de productos considerados segmentos de operación, los cuales distribuye a 7 regiones del país consideradas segmentos geográficos. La empresa realiza sus operaciones mercantiles con base y en cumplimiento de la legislación vigente en Guatemala.
2. El Contador Público y Auditor como consultor en el análisis de la información contable por segmentos, utiliza como herramienta para efectuar dicho análisis la aplicación de razones financieras, los índices financieros permiten conocer la situación económica y financiera de cada segmento de operación, esto ayudará a la administración en la toma de decisiones para la correcta asignación de recursos a cada segmento de operación, así como la implementación de medidas para mejorar la posición económica y financiera de cada segmento.
3. La Norma Internacional de Información Financiera ocho, Segmentos de Operación, es de aplicación obligatoria para las empresas que cotizan en bolsa y presentan información pública, sin embargo la norma no limita a que otras empresas que no cumplen con estas características preparen su información con base a esta norma, con el objetivo de tener información financiera detallada y comprensible que permita a los usuarios de la misma tomar decisiones que ayuden a la gestión del negocio.

4. La hipótesis planteada al inicio de este trabajo de investigación es verdadera, ya que cuando no se realiza un análisis de la información contable por segmentos, existe dificultad para medir la utilidad de cada segmento afectando a la rentabilidad de la empresa en su conjunto, porque al no conocer los segmentos con mayor y menor rentabilidad se asignan mal los recursos de la empresa y no se dispone de información real para la toma de decisiones, en el análisis de la información contable por segmentos se determinó que los segmentos que tienen un margen de utilidad mayor son las pinturas de los segmentos de operación y la región metropolitana de los segmentos geográficos.

RECOMENDACIONES

1. La Administración de la Empresa Comercializadora de Productos para la Construcción deberá velar porque se suministre información diferenciada de cada partida del estado financiero a la contabilidad de forma oportuna y veraz por cada segmento de operación o geográfico identificado según los requerimientos de la Norma Internacional de Información Financiera ocho, Segmentos de Operación, sin que esto afecte la razonabilidad y cumplimiento de la legislación vigente en Guatemala para las empresas comercializadoras de productos para la construcción.
2. El profesional de la Contaduría Pública y Auditoría en su rol de consultor deberá proporcionar una interpretación clara de los índices financieros que utilice para el análisis de la información contable por segmentos, para que estos agreguen valor al análisis que se realiza y sea de utilidad para la administración de la empresa en la toma de decisiones y gestión de su negocio, ya que el simple resultado de los mismos, puede no ser comprensible y útil para el usuario.
3. Las empresas que no tengan obligación pública de rendir cuentas podrán adoptar la Norma Internacional de Información Financiera Ocho, Segmentos de Operación como base para la presentación de su información financiera por segmentos siempre que se cumplan los requerimientos contenidos en la Norma, si no se cumplen los requerimientos no se considerará información financiera por segmentos.

4. La empresa deberá mantener información diferenciada de los segmentos identificados, que permita revelar información por segmentos según los requerimientos de la Norma, con ello podrá disponer de información veraz y oportuna para la toma de decisiones respecto al resultado de cada segmento, así como una correcta aplicación de los recursos de la empresa para cada segmentos de operación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Colegio de Contadores Públicos y Auditores. (2008). *Código de Ética Profesional*. pp 35
2. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 2-70, Código de Comercio. pp 287
3. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 6-91, Código Tributario, pp. 92
4. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 10-2012, Ley de Actualización Tributaria, pp. 172
5. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 27-92, Ley del Impuesto al Valor Agregado, pp. 90
6. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 73-2008, Ley del Impuesto de Solidaridad, pp. 2
7. Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores. (2009). International Ethics Standards Board of Accountants (IESBA), *Código de Ética para los Contadores Profesionales*, pp 142
8. Grupo Noriegas. (2009). *La Consultoría de Empresas*. 3ª. Ed. El Salvador. Editorial Limusa, S.A. pp 955
9. International Accounting Standards Board (IASB). (2015). *Normas Internacionales de Información Financiera*. pp. 1740.

10. International Accounting Standards Board (IASB). (2015). *Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades*. pp. 274.
11. López de Ponce, A. (Ed.). (2014) *Análisis Contable y Financiero*. (1ª. Ed). Bogotá: Ediciones de la U. 464 pp.
12. Wild J.J. Subramanyam, K.R. Halsey, R.F. (2007). *Análisis de estados financieros*. (9ª. Ed). México. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.; Pp. 657

E-GRAFÍA

13. Rodriguez, G. Gago L. Khokhar, S. *La empresa y su organización*. Recuperado de:
<http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>.,
Página consultada el 8 de octubre del 2016.
14. Tutorial de materiales de construcción, recuperado de:
<http://www.areatecnologia.com/TUTORIALES/MATERIALES%20PARA%20LA%20CONSTRUCCION.htm>, ***página visitada el 12 de septiembre del 2017.***
15. Jocsan Suarez, Evolución histórica de los materiales de construcción para viviendas, recuperado de :
<http://www.monografias.com/trabajos94/evolucion-historica-materiales-construccion-viviendas/evolucion-historica-materiales-construccion-viviendas.shtml#ixzz4sQv1F7iM>; ***página visitada el 12 de septiembre del 2017.***

16. Enciclopedia financiera, Tipos de Estructura Organizacional, recuperado:

<http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacion/tipos-de-estructura-organizacional.htm>, **página visitada el 12 de septiembre del 2017.**

17. Análisis e interpretación de estados financieros, Julio-2015, recuperado de: <https://analiseinterpretaciondeestadosfinancierosunivia.wordpress.com/2014/07/15/razones-de-solvencia/>, **página visitada el 28 de septiembre del 2017.**