

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura de Contaduría Pública y Auditoría



Correcta presentación de Información Financiera Consolidada de un Grupo de Empresas del Ramo Publicitario, determinante para la toma de decisiones en el Departamento de Ventas.
(Tesis de Licenciatura)

Francisco Javier Villatoro Paredes

Sacatepéquez, abril de 2016

Correcta Presentación de Información Financiera Consolidada de un Grupo de Empresas del Ramo Publicitario, determinante para la toma de decisiones en el Departamento de Ventas.

(Tesis de Licenciatura)

Francisco Javier Villatoro Paredes

MA. Jessica Manuela Álvarez (**Asesora**)
Licda. María Elizabeth Ramos Aguilar (**Revisora**)

Sacatepéquez, abril de 2016

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M.A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M. A. Ronaldo Antonio Girón

Vice Decano

Lic. Julio Roberto Oviedo Yllescas

Coordinador



UPANA

Universidad Panamericana
"Sapientia ante totum, adquiere sapientia"

REF.:C.C.E.E.L.CPA.B01-PS.023.2016

**LA DECANATURA DE LA FACULTAS DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 30 DE MARZO DEL 2016
ORDEN DE IMPRESIÓN**

Tutor: Licenciada Jessica Manuela Alvarez Flores
Revisora: Licenciada María Elizabeth Ramos Aguilar
Carrera: Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Tesis titulada: "Correcta presentación de información financiera consolidada de un Grupo de Empresas del Ramo Publicitario, determinante para la toma de decisiones en el departamento de ventas"

Presentada por: Francisco Javier Villatoro Paredes

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado



M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

Guatemala, 6 de noviembre del 2015


Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Tesis titulada **“Correcta presentación de Información Financiera Consolidada de un Grupo de Empresas del Ramo Publicitario, determinante para la toma de decisiones en el Departamento de Ventas”**, realizada por Francisco Javier Villatoro Paredes, carné No. 201501205, estudiante de la Licenciatura de Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que la misma cumple con requisitos para ser entregado el dictamen de **aprobado**.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lic. Jessica Manuela Alvarez Flores
Tutor

Licda. María Elizabeth Ramos Aguilar
Especializada en Psicología Forense,
Doctorado en Ciencias Criminalísticas y Criminológicas
marizabel.ra@gmail.com

Guatemala,
Enero 25 de 2016.

Señores:
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Tesis con el Tema **“Correcta presentación de Información Financiera Consolidada de un Grupo de Empresas del Ramo Publicitario, determinante para la toma de decisiones en el Departamento de Ventas”**, realizada por **Francisco Javier Villatoro Paredes**, carné 201501205, estudiante de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la revisión del mismo y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana
Por lo tanto doy el dictamen de aprobado para realizar el Examen de Competencia Profesional.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Licda. María Elizabeth Ramos Aguilar.

Dedicatoria

A Dios: La culminación de esta etapa en mi formación profesional se lo dedico Dios por fortalecerme en cada instante de mi vida.

A mi madre María Elena Paredes, por ser un ejemplo para mí durante toda mi vida, ella con su esfuerzo me inculco ser una persona con respeto a Dios y a superarme cada día.

A mi hija: Ana Sofía, por ser mi motivación y ella llena mi vida de amor con el que motiva siempre.

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Marco Contextual	
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Pregunta de investigación	3
1.4 Justificación del problema	3
1.5 Objetivos de investigación	4
1.5.1 Objetivo General	4
1.5.2 Objetivos Específicos	4
1.6 Alcances y límites de la investigación	4
1.6.1 Alcances	4
1.6.2 Límites de la investigación	5
Capítulo 2	
Marco Conceptual	
2.1 Breve descripción de la empresa	6
2.1.1 Actividad principal que realiza	6
2.1.2 Estructura de la Empresa	7
2.1.3 Misión	7
2.1.4 Visión	7
2.1.5 Funciones, tareas y descripciones de puestos gerenciales	7
2.1.5.1 Gerente general	7
2.1.5.2 Gerente de ventas por agencia	8
2.1.5.3 Gerente de ventas directa	8
2.1.5.4 Gerente de diseño	8

2.1.5.5 Gerente de operaciones	9
2.1.5.6 Gerente financiero	9
2.2 Impresión digital	9
2.2.1 Impresión digital	9
2.2.2 Plóter de impresión	10
2.2.3 Vinilo	10
2.2.4 Tinta de impresión digital	11
2.3 Estados Financieros	11
2.3.1 Situación Financiera General	12
2.3.2 Estado de resultados	13
2.3.3 Estado de variaciones en el capital contable	18
2.3.4 Estado de flujo de efectivo	22
2.3.5 Estados Financieros Consolidados	22
2.3.5.1 Consolidación de estados financieros	23
2.3.5.2 Cómo deben consolidarse los Estados Financieros según NIC 27	24
2.4 Análisis Financiero	25
2.4.1 Razones financieras	25
2.4.1 Razones de liquidez	26
2.4.2 Índices de actividad	26
2.4.3 Razones de endeudamiento	26
2.4.4 Índices de rentabilidad	27
2.4.5 Key Performance Indicator	27
2.5 Administración de departamento de Ventas	28
2.5.1 Tomar decisiones en base a estados financieros consolidados	28

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación	29
3.2 Sujetos de investigación	29
3.3 Instrumentos de recopilación de datos	30

3.4 Diseño de la investigación	30
Capítulo 4	
Resultados de la investigación	
4.1 Muestreo	32
4.2 Presentación de resultados	32
4.3 Estados financieros consolidados	39
4.3.1 Estado de Resultados Consolidados	39
4.3.2 Estado de Situación Financiera Consolidado	41
Capítulo 5	
Propuesta de la solución a la problemática	
5.1 Introducción	43
5.2 Objetivos	43
5.2.1 General	43
5.2.2 Específico	43
5.1 Generalidades	43
5.2 Estados Financieros Consolidados	44
5.3 Políticas de consolidación	45
5.4 Políticas contables	45
5.5 Propuesta de consolidación de estados financieros	45
5.5.1 identificación de oportunidades	47
5.5.2 Pronóstico de ventas	48
5.5.3 Presupuesto de ventas	52
5.5.4 Elaboración del Plan de Ventas	53
Conclusiones	58
Recomendaciones	59
Referencia	60
Anexos	61

Resumen

La consolidación de estados financieros, se basa en la necesidad que tiene el departamento de ventas en la asignación presupuestaria en cada una de las empresas. La dirección estratégica requiere de información consolidada para controlar si el plan se cumple y puede utilizar un presupuesto maestro el cual está relacionado con el desempeño de las empresas individuales.

Cada empresa es un ente económico independiente que tienen actividades comerciales entre ellas y a su vez comercializan de forma independiente en el mercado local, con frecuencia este tipo de consolidación se utiliza siempre para las casas matrices y sus subsidiarias, en el presente caso se emplea para un grupo de empresas que no tienen una relación jerárquica. No ha sido fusiones, no se establecieron en diferentes zonas geográficas y no utilizan políticas de cambio de monedas porque todas trabajan en quetzales.

El beneficio para el grupo empresarial es contar con una herramienta que interprete las situaciones por las que el mercado hace cambiar las estrategias originales y una guía de ejecución de un plan estratégico.

El presente estudio se desarrolló después de realizado el diagnóstico, en el cual la organización carecía de consolidación de estados financieros.

Introducción

La consolidación de información financiera no es utilizada por las empresas, sólo por el grupo de empresas, esto ayuda a la dirección estratégica para medir los índices financieros. Al comprender la información consolidada, el profesional de la Contaduría Pública y Auditoría, deberá analizar la lógica teórica de las consolidaciones y los aspectos mecánicos involucrados.

Es necesaria la consolidación en cuanto se constituye un grupo empresarial, por situaciones legales o tributarias, las entidades realizan transacciones entre ellas y el público general, conforman una unidad de negocios estratégicos, tienen una constitución legal y amparada por el conjunto de normas jurídicas. Las compañías puedan conservar su entidad como empresas independientes, la información financiera debe tener mayor significado a terceros al consolidar los resultados en un solo juego de estados financieros.

En la presente investigación se presenta en el capítulo 1, el marco contextual expresa que no se revela el nombre del grupo, sólo los Estados Financieros y la información recabada de la organización, aspectos generales, planteamiento del problema, pregunta de investigación, justificación del problema planteado, objetivos, alcances y límites.

En el capítulo 2, marco teórico se establece en cada uno de los elementos y conceptos a tratar en el caso práctico, enfocándose en la filosofía empresarial y el negocio al que se dedica el grupo empresarial, breve reseña de los equipos y materiales que se utilizan y así comprender al momento de calcular los costos y gastos.

En el capítulo 3, en el marco metodológico es donde se define como proceder con la investigación, explica quiénes son los sujetos de investigación, y los instrumentos de investigación que se utilizaron para recabar la información.

En el capítulo 4, se presentan los resultados de las encuestas, los estados financieros consolidados y la utilización de los mismos para hacer una asignación presupuestal a las empresas para los

departamentos de ventas, aquí se dio a conocer el grado de conocimiento que se tiene por parte del personal de la entidad, toda la información valiosa para remarcar sus debilidades.

En el capítulo 5, se presenta la propuesta de cómo utilizar los estados financieros consolidados para la toma de decisiones en el departamento de ventas.

Capítulo 1

Marco Contextual

1.1 Antecedentes

Al iniciar las operaciones las empresas con frecuencia tienen deficiencias organizacionales, la falta de experiencia y del conocimiento del mercado, implica tiempo de gerencia de ventas esté atrapado en las metas a corto plazo. La miopía que ocasiona cuando se proporcione información fuera de tiempo hace las estrategias de ventas se conviertan en pocos resultados, esta organización bajo análisis, adolece de una correcta presentación de información financiera consolidada de un grupo de empresas del ramo publicitario, necesaria para la toma de decisiones que tomara el departamento de ventas.

Los estados financieros básicos como el balance general, estado de resultados, siempre son presentados con frecuencia, pero los encargados de preparar la información no tienen conocimientos de las normas - *NIIF* -. La empresa conduce a esta situación en una toma de decisiones con datos incompletos porque no entienden qué relación hay entre los diferentes estados financieros, integrados por Balance General y Estado de Resultados.

Por el hecho de ser una empresa con personería jurídica, es necesario presentar los estados financieros consolidados en cuanto la misma adquiere acciones de otra sociedad anónima, en este caso la empresa que se investigó inicia como una sociedad anónima y ahora esta compra acciones de otras organizaciones.

La toma de decisiones de un Grupo de Corporativo está sometida al análisis de los estados financieros de una o varias empresas, en cuanto a la organización que se organiza es la primera adquisición que posee.

1.2 Planteamiento del problema

Al momento de la evaluación al grupo de empresas se determinó que cuentan con estabilidad en las áreas económicas, financieras, administrativa y en su organización, hay necesidad de mejorar como se presenta la información consolidada del grupo de empresas, que al momento se tienen ciertas deficiencias.

La información llega a los directores fuera de tiempo y la estructura en la cual se presenta tiene varias debilidades que pueden provocar interpretación equivocada de resultados obtenidos por la empresa y de esa forma se pierde el objetivo que es determinar los resultados reales para corregir mediante la toma de decisiones.

Se tienen que contar con los registros correctos y así los resultados presentados sean correctos, conforme esto suceda el grupo podría mejorar para alcanzar su nivel óptimo.

Con la necesidad de tener idea exacta de la posición de la empresa cada mes es necesario contemplar todos los elementos de forma correcta para tomar las decisiones. Es muy importante realizar una evaluación a fondo y determinar el mejor método de consolidación de resultados y minimizar los riesgos de inducir a una mala interpretación.

El campo de la publicidad es muy cambiante, las empresas deben ajustarse a las necesidades de sus principales clientes y en este punto surge la necesidad para tener la información correcta en el momento oportuno, el enfoque que se le dé en determinado momento sea el ideal y no sea perjudicial en la empresa y conlleve a resultados deficientes.

1.3 Pregunta de investigación

¿Qué modelo debe de usarse para presentar la información financiera consolidada de un grupo de empresas del ramo publicitario y que contribuya a la toma de decisiones en el departamento de ventas?

1.4 Justificación del problema.

La información financiera consolidada es importante para la toma de decisiones porque proporciona una los resultados obtenidos por el grupo de empresas a lo largo de un periodo de operaciones. La investigación que se realiza se justifica y se origina de la necesidad de evaluar, analizar y proponer un modelo para presentar los resultados.

En el grupo de empresas la toma de decisiones recae de forma directa en el departamento de ventas, la información presentada determina la orientación de comercializar ciertos productos que no se pueden colocar en el mercado.

El tiempo es un factor determinante en este tipo de negocio, los resultados deben fluir en el momento oportuno y esto es la principal razón para verificar como se puede mitigar o solventar esta problemática.

Es de suma importancia realizar cambios en los procedimientos utilizados y así determinar qué cambios son factibles realizar para proporcionarle a los directores un mejor análisis y amigable para que puedan tomar decisiones acertadas y efectivas.

Cobra relevancia tener consolidada la información para analizarlos resultados que se obtienen y de esta forma realizar las correcciones necesarias para tomar las decisiones en gerencia que correspondan para reorientar a las fuerzas de ventas y de esta forma generar los resultados esperados.

1.5 Objetivos de investigación

1.5.1 Objetivo General

Corregir la presentación de información financiera consolidada de un grupo de empresas del ramo publicitario, es de importancia para la toma de decisiones en el departamento de ventas.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Establecer el plazo óptimo para presentar la información del grupo de empresas, para la toma de decisiones de forma correctas.
- Verificar el proceso de integración de los registros, que tengan relación en la elaboración de los resultados.
- Analizar los resultados presentados y optimizar los niveles de ventas deseados por la entidad.

1.6 Alcances y límites de la investigación

1.6.1 Alcances

El informe se presentará a la Gerencia de Ventas con la información necesaria para la toma de decisiones, para lograr modificar las estrategias de ventas basados en información real para conocer los datos y los escenarios en donde se estudia.

1.6.2 Límites de la investigación

La administración indicó en la carta de aceptación que en la elaboración del proyecto, los datos de propietarios, accionistas e identificación pueden aparecer en el análisis, esta información no será publicada en el informe final por razones de confidencialidad. Tienen razón, son datos sensibles, que ponen en riesgo a la empresa.

Capítulo 2

Marco Conceptual

2.1 Breve descripción de la empresa

Grupo Visión, fue creado en el 2008 y es un conjunto de empresas, no se utiliza una única empresa para ofrecer toda la gama de productos al mercado. De esta forma pueden determinar con mayor rapidez y facilidad la utilidad en cada uno de los productos que se ofrecen que están distribuidos de acorde a cada mercado delimitado. El objetivo principal es satisfacer la demanda de los clientes y proporcionándoles calidad, la exclusividad en nuestros medios publicitarios es el principal factor para determinar su posición de vanguardia.

2.1.1 Actividad principal que realiza

La publicidad en buses de transporte urbano, como su principal medio masivo en la promoción de algún servicio o producto, es un grupo de empresas que compite en el exterior e interior de Guatemala en el área de rotulación. Su objetivo es satisfacer la necesidad de los clientes en el área local y regional del mercado, por medio de propuestas novedosas e impactantes.

Se tiene el equipo y personal adecuado para innovar en diseños y con ello satisfacer las necesidades exigentes de los clientes que se tienen, para los cuales se está siempre en un proceso de constante actualización de sistemas, materiales, así como equipo innovador para estar al frente de la industria publicitaria.

Se tiene un crecimiento en medios innovadores de publicidad, vallas publicitarias en edificios y pantallas de señalización digital, son utilizadas principalmente dentro de los centros comerciales, así como en restaurantes para proporcionar sus productos que son ofrecidos a los clientes.

2.1.2 Estructura de la Empresa

El grupo cuenta con un organigrama diseñado de tal forma que cada departamento funcione independiente de los restantes.

2.1.3 Misión

Ofrecer a nuestros clientes, por medio de nuestra asesoría y nuestros medios, soluciones de comunicación que cumplan las expectativas de sus campañas. Generar utilidades que nos permitan un crecimiento constante, generar bienestar para los accionistas, empleados y comunidad.

2.1.4 Visión

Ser una organización eficiente con alto nivel de compromiso y profesionalismo. Generar una relación con nuestros clientes adicional a la comercial, incorporándonos como parte de su equipo de mercadeo y publicidad.

2.1.5 Funciones, tareas y descripciones de puestos gerenciales

2.1.5.1 Gerente general

El Gerente general es el responsable de la dirección general de las operaciones de la empresa.

Tiene a su cargo la dirección y control de los departamentos por medio de gerentes de área. Su función primordial es centralizar las actividades y resultados en operaciones para ser reportado directos a presidencia.

2.1.5.2 Gerente de ventas por agencia

Dirige el grupo de personas que conforman el departamento ventas por medio de agencia de intermediaria entre el cliente final y la empresa, se enfoca a comercializar los productos y servicios a gran escala ofrecidos dentro del grupo, este es un puesto clave en la determinación del alcance de los objetivos ya que maneja el 60% de los ingresos que genera la entidad.

2.1.5.3 Gerente de ventas directa

Reporta de forma directa a gerencia general. Su enfoque principal son clientes nuevos, personas particulares y empresas, de forma directa, es imperativa la participación dentro de la organización ya que la rentabilidad por ventas directas es alta.

2.1.5.4 Gerente de diseño

Encargado del control y elaboración de los diseños que requieren los diferentes medios publicitarios con los que cuenta la empresa. Tiene bajo su cargo los diseñadores encargados de realizar los montajes de los artes.

Otra actividad principal es el diseño de proyectos que son solicitados por clientes potenciales y estos requieren que se les presente un montaje completo de una propuesta de lanzamiento de su imagen en el mercado.

2.1.5.5 Gerente de operaciones

Ejecuta la dirección de las instalaciones en general. Su coordinación es fundamental en la instalación de proyectos según su tiempo requerido. Tiene también la dirección de jefes de área y la vez todos los colaboradores pertenecientes departamento.

2.1.5.6 Gerente financiero

El gerente financiero es el responsable de mantener una sana gestión de ingresos y egresos para el funcionamiento del grupo. A su cargo está el área contable, el departamento de créditos y cobros, costos y recurso humanos. Realiza las gestiones administrativas en las cuales debe de coordinar todo lo referente al funcionamiento de las empresas, pago de servicios y procesos que dentro de la misma se tengan, velar por el funcionamiento correcto.

Integrar la información financiera que se presenta a gerencia y discutir los resultados obtenidos en un periodo determinado, analizar y recomendar los cambios que deben de realizar en cada departamento para que sea posible el funcionamiento óptimo de la entidad y de esta forma alcanza las metas trazadas.

2.2 Materiales y Equipo de Impresión

2.2.1 Impresión digital

“La impresión digital es un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital a una superficie, por diversos medios y el más común es la tinta en impresora inyección de tinta (cartuchos), y tóner en impresora láser” (Impresión digital e impresión offset, recuperado de <http://www.cromaimpresos.com/impresiones.html>)

Esto es ideal para proyectos de impresión de bajo volumen y tiempos de entrega muy cortos, una de las principales ventajas que ofrece es la disponibilidad casi inmediata de los impresos, no

requiere tiempo de secado o enfriamiento al no trabajar con tintas, como la tradicional impresión offset. Este sector de las artes gráficas tiene un gran crecimiento, que ha llevado a los diferentes fabricantes y proveedores a lanzar al mercado, equipos digitales cada vez con mayores características que sus antecesores, preparados para atender los nuevos requerimientos impuestos por el mercado.

La impresión digital tiene una doble vertiente: el pequeño y el gran formato. El primero adolece aún de falta de cierta fiabilidad y presenta algunas carencias (entre ellas, el no disponer de un formato 50x70). El gran formato, por su parte, ofrece ciertos problemas de tipo ecológico y de costes. Esto hace que la impresión digital tenga que desarrollarse.

2.2.2 Plóter de impresión

Un plóter es una máquina que se utiliza junto con el ordenador e imprime en forma lineal. Se utilizan en diversos campos: ciencias, ingeniería, diseño, arquitectura. Muchos son monocromáticos o de 4 colores también hay de ocho y doce colores.

En la actualidad son frecuentes los de inyección, que tienen mayor facilidad para realizar dibujos no lineales y policromos, son silenciosos, rápidos y precisos. Las dimensiones de los plóteres no son uniformes. Para gráficos profesionales, se emplean plóteres de hasta 157 cm de ancho, mientras que para unos no tan complejos, son de 91 a 121 cm.

2.2.3 Vinilo

Es un gas incoloro que se incendia con facilidad y no es estable a altas temperaturas. Tiene un olor escaso a dulce y se trata de una sustancia manufacturada que no se produce fácil en la naturaleza. Se puede formar por la descomposición de otras sustancias del tricloroetano, tricloroetileno y el tetracloroetileno.

El vinilo puede ser usado como soporte de impresión. Su color es blanco, debe comportarse como perfecto para el resto de los colores y entre sus propiedades destacan la durabilidad, la

maleabilidad y la posibilidad de ser retirado con facilidad una vez cumplido con su cometido como reclamo publicitario promocional. Se utiliza con frecuencia como material de rotulación. Su alta maleabilidad permite ser deformado y cortado, pueda usarse como base para construir siluetas, textos y logotipos, es un componente con muchas funciones y diversas opciones de impresión con estas características es de importancia para el campo publicitario.

2.2.4 Tinta de impresión digital

En la actualidad existen varios tipos de tintas para su aplicación en los distintos sistemas de impresión. La principal diferencia entre cada tipo de tinta radica en la base, que es el elemento transportador de los pigmentos, resinas y/o aditivos que componen la tinta. En función del tipo de base, la tinta tendrá una serie de propiedades dentro de las cuales podemos mencionar una mayor resistencia a la luz solar o a la humedad.

Los cuatro tipos de bases extendidas son:

- 1) Tintas con base al agua.
- 2) Base de solventes.
- 3) Base de aceite.
- 4) Base monomérica.

2.3 Estados Financieros

Conceptos y definiciones importantes relacionadas al análisis financiero:

Son modelos que presentan información racional, coherente con la finalidad de expresar la situación financiera con normas internacionales. Estos informes son de utilidad para presentarlos en eventos económicos. Son útiles para analizar la organización y tomar decisiones administrativas y financieras.

Es fundamental para cualquier empresa tener este tipo de información en el momento oportuno para de esta forma tener una perspectiva clara del alcance de sus objetivos trazados. También podemos visualizar cómo se comportan las operaciones de la empresa, si son rentables o no.

2.3.1 Situación Financiera General

Muestra los activos que disponen en la organización, pasivos exigibles, capital contable o patrimonio contable de una entidad a una fecha determinada.

“En contabilidad financiera, el balance de situación, balance contable o estado de situación financiera representa un resumen de los estados financieros de una empresa. El balance general es a menudo descrito como una instantánea de la situación financiera de una empresa. Es una representación de las propiedades de la empresa y de las deudas.

El balance de la empresa estándar consta de tres partes: activos, pasivos y patrimonio neto.

Balance de situación

Las principales categorías de los activos son activos fijos (aquellos necesarios para producir edificios, máquinas, etc.) y corrientes (aquellos provenientes de la actividad comercial existencias, efectivo, deudas de clientes), normalmente ordenados en función de la capacidad de convertirse en liquidez.

Los activos son seguidos por los pasivos, que aglutinan la deuda de la empresa normalmente ordenadas en función de si deben devolverse en menos de un año (corto plazo) o superior a un año (largo plazo). Figurarán aquí fundamentalmente préstamos, créditos, pagarés y bonos.

A la diferencia entre las dos anteriores, activos y pasivos se le conoce como patrimonio neto, capital, activos netos o fondos propios, y representan el valor contable de la aportación de los propietarios o accionistas.” (Enciclopedia Financiera, enero 2013, recuperado de <http://www.encyclopediainanciera.com/estados-financieros/balance-de-situacion.htm>)

Podemos visualizar la posición económica financiera que posee la empresa sus riquezas y sus deudas o compromisos adquiridos a lo largo de su existencia, el capital cuenta para su funcionamiento, visualizamos la solides que puede llegar a tener o por el contrario el grado de endeudamiento o grado de iliquidez con el que cuenta para cubrir sus obligaciones a corto o largo plazo.

2.3.2 Estado de resultados.

Muestra los resultados de operación durante un periodo determinado y de forma estructurada, presenta los ingresos, costos y gastos, así como la utilidad o pérdida neta en un periodo.

“Un estado de resultado de pasos múltiples obtiene su nombre de una serie de pasos cuyos costos y gastos son deducidos de los ingresos. Como un primer paso, el costo de los bienes vendidos es deducido de las ventas netas para determinar el subtotal de utilidad bruta. Como segundo paso, los gastos de operación se deducen para obtener un subtotal llamado “utilidad operacional” (o utilidad de operaciones). Como paso final, se considera dentro de los gastos el impuesto sobre la renta y reglones “no operacionales” para llegar a la utilidad neta.

El estado de resultados está dividido en cuatro secciones:

- ✓ Ingresos
- ✓ Costo de los bienes vendidos
- ✓ Gastos de operación
- ✓ Reglones no operacionales

Los estados de resultados de pasos múltiples destacan por sus numerosas secciones y por el desarrollo de subtotaes significativos.

- a) Sección de ingresos: en una compañía comercializadora, los ingresos del estado de resultados con frecuencia solo contienen una línea, denominada ventas. (Diferentes tipos de ingresos, de existir, aparecen en la sección final de los estados).

Los inversionistas y los gerentes están interesados en la tendencia de las ventas netas. Un medio para evaluar esta tendencia es calcular el cambio porcentual de las ventas netas de un año al siguiente. La variación que se obtiene entre los periodos es el valor del cambio en una medición financiera, expresado como un porcentaje; se calcula al dividir el incremento o de la disminución por la medida antes que ocurriera el cambio. (Las modificaciones no pueden expresarse como porcentajes si el valor de los estados de los estados financieros en el periodo anterior es cero o se genera de una suma negativa a una positiva).

- b) Sección de costo de los bienes vendidos: la segunda sección del estado de resultados de una empresa comercializadora muestra el costo de los bienes vendidos durante el periodo. El costo de los bienes vendidos siempre aparece como un valor, el cual incluye renglones incidentales como fletes y pérdidas por disminuciones normales.
- c) Utilidad bruta: un subtotal clave. En un estado de resultado de múltiples pasos, aparece como un subtotal. Esto facilita que los usuarios de los estados de resultados el cálculo del margen de utilidad bruta de la empresa (tasa de utilidad bruta).

La tasa de utilidad bruta es expresada como porcentaje de las ventas netas. Es indispensable su medición para determinar el grado de ganancia que obtiene la empresa luego de restarle a las ventas los costos en que incurridos por la realización de un bien. Derivado de esta tasa se puede determinar el grado de utilidad que tiene la empresa y así verificar si sus costeos están realizados de forma adecuada.

Al evaluar el margen de utilidad bruta de una empresa en particular, el análisis debe considerar las tasas obtenidas en periodos anteriores y de otras empresas de la misma industria. Para la mayoría de las empresas comercializadoras, la utilidad bruta se encuentra entre el 20% y el 50%, dependerá del tipo de producto vendido. El Porcentaje por lo general resultan en mercancías de alta rotación, como los comestibles y las tasas altas se encuentran en productos de marca y novedosos.

Bajo condiciones normales, el margen de utilidad bruta de una empresa tiende a permanecer estable de un periodo al siguiente. Los cambios significativos en esta tasa pueden proporcionar a los inversionistas una indicación temprana de una demanda cambiante del consumidor por los productos de la empresa.

- d) Sección de gastos de operación: se generan con el fin de producir ingresos. Los gastos se subdividen en las clasificaciones de gastos de venta y gastos de generales y administrativos. La subdivisión de los gastos de operación en clasificaciones funcionales ayuda a la gerencia y a diferentes usuarios de los estados financieros a evaluar por aparte aspectos diferentes de las operaciones de la empresa. Los gastos de venta aumentan con frecuencia y se reducen en forma directa con los cambios en las ventas netas. Adicional los gastos administrativos, permanecen constantes de un periodo al siguiente.

Utilidad operacional: otro subtotal clave: Parte de los ingresos y gastos del negocio provienen de actividades diferentes de las operaciones básicas de la empresa. Como ejemplos comunes está el interés obtenido sobre las inversiones y el gasto por impuesto a la renta.

La utilidad operacional (o utilidad proveniente de las operaciones) muestra las relaciones entre los ingresos obtenidos de clientes y los gastos en los cuales se incurre para producir estos ingresos. La utilidad operacional mide la rentabilidad de las operaciones de negocios básicos de una empresa y “deja por fuera” diferentes tipos de ingresos y gastos.

- e) Renglones no operacionales: el ingreso y los gastos que no están relacionados con las actividades principales que desempeña la compañía, se enumeran en una sección final que se presentan en los estados de resultado después que se determina la utilidad operacional de la empresa.

Dos “renglones no operacionales” significativos son el gasto de intereses provienen del financiamiento de activos y no generados por el uso en operaciones del negocio. El gasto de impuesto a la renta no está incluido en los gastos de operación porque el pago de estos impuestos no ayuda a producir ingresos. El interés y los dividendos obtenidos en inversiones, también se relacionan en esta sección final de estado de resultados, pero este si representa un incremento en la utilidad de la empresa,

- f) Utilidad neta: La mayoría de los inversionistas patrimoniales consideran la utilidad neta (o la pérdida neta) como las cifras importantes en el estado de resultados. El valor representa un incremento global (o reducción) en el patrimonio de los propietarios, resultante de las actividades del negocio durante el periodo.

Con frecuencia, los analistas financieros calculan la utilidad neta como un porcentaje de las ventas netas (la utilidad neta dividida por las ventas netas). Esta medida proporciona un indicador de la capacidad de la gerencia para controlar gastos y de retener una porción razonable de su ingreso como utilidad.

La razón “normal” de utilidad neta varía según la industria. En algunas industrias, se puede tener éxito si se obtiene una utilidad igual al 2% o al 3% de las ventas netas. En otras industrias, la utilidad neta puede ascender a cerca del 20% o 25% es de vital importancia estar dentro de los

márgenes aceptables para seguir sus operaciones sin tener complicaciones futuras, de ahí la importancia de evaluar todos los puntos con objetividad.

- g) Utilidad por acción: la evidencia de la propiedad de una sociedad está constituida por acciones de capital. ¿Qué significa la utilidad neta de una sociedad para alguien que posee, por ejemplo, 100 acciones del capital de una sociedad? Para ayudar a los accionistas individuales a relacionar la utilidad neta de la sociedad con la propiedad de sus acciones, las grandes sociedades calculan las utilidades por acción y muestra estos valores al final de sus editados de resultados.

En términos simple, la utilidad por acción es la utilidad neta, expresadas en términos de acción.

- h) Estado de utilidades retenidas (anexo 3)

El término utilidades retenidas se refiere a la porción del patrimonio de accionistas derivadas de operaciones rentables. Las utilidades retenidas aumentan mediante la obtención de utilidades netas y se reducen al incurrir en pérdidas netas y mediante la declaración de dividendos.

Adicional al balance general, al estado de resultado y al estado de flujos de efectivo, un juego completo de estados financieros incluye un estado de utilidades retenidas.

- i) Ajuste de periodo anterior: una empresa puede descubrir que un error material fue cometido de medición de la utilidad neta en un año anterior. Se cierra en el año la cuenta y es trasladada hacia la cuenta del balance general de utilidades retenidas, un error en el reporte ocasionará una diferencia de valor que aparece en todos los resultados siguientes que se presenten. Estos errores salen a la luz, ellos deben ser corregidos. La corrección, denominada “ajuste de periodo anterior”, se muestra en el estado de utilidades retenidas como un ajuste al saldo a principios del año actual. El valor del ajuste se muestra neto de cualquier afecto de impuesto sobre la renta.

- j) Los ajustes del período anterior rara vez aparecen en los estados financieros de las grandes sociedades anónimas abiertas. “Los estados financieros de estas empresas son auditados anualmente por auditores y no es probable que contengan errores materiales que posteriormente pueden requerir corrección por ajustes por periodos previos. Es mucho más probable que tales ajustes aparezcan en los estados financieros de aquellas empresas no obligadas a ser auditados.” (Estados de resultados, Recuperado de <http://www.gerencie.com/estado-de-resultados.html>)

Los estados financieros nos muestran los resultados de la operación que desarrollo la entidad a lo largo de un periodo iniciado desde sus ventas, descontándole sus costos que se generaron a lo largo de la actividad realizada y ahí obtenemos la utilidad bruta de la entidad.

Se detallan los gastos de operación que se incurrieron para generar las ventas que se realizaron, se le descuentan otros gastos y se le suman otros ingresos para obtener la pérdida o ganancia del ejercicio en operaciones

Por último, se deduce el impuesto respectivo para obtener la pérdida o utilidad neta, esta información se debe de analizar objetivamente para procederá a realizar los ajustes necesarios de forma inmediata y que no repercuta de forma drástica a nuestra operación. Es vital su comprensión para determinar el rubro en el cual se genera la pérdida de la utilidad.

2.3.3 Estado de variaciones en el capital contable

Muestra los cambios en la inversión dentro de la entidad realizada de los propietarios, al inicio de la empresa o en el transcurso de los años en los cuales opera la empresa.

a) Objetivo

Esta sección de la norma *–NIF para las PYME–* establece el mínimo requerido de información que debe de contener el estado de variaciones en el capital contable.

b) Definición

Estado financiero que muestra las variaciones en el capital contable de una entidad lucrativa en un periodo contable como resultado de sus operaciones y de las decisiones de sus propietarios.

c) Alcance

Lo dispuesto en esta norma es aplicable a todas las entidades lucrativas que emitan estados financieros de acuerdo a la *-NIF para las PYME-*

d) Información a presentar

Las variaciones pueden ser sobre el capital o patrimonio contribuido (aportado o capitalizado), el resultado integral del periodo (ganancia o pérdida), reconocimiento en los cambios contables y corrección de errores y partidas que afecten el capital contable o patrimonio, como el decreto sobre dividendos, reembolso de capital, capitalizaciones en partidas aportadas (aportaciones para futuros aumentos de capital), cambios en participaciones en la propiedad de subsidiarias por mencionar las principales.

Estas variaciones son generadas por la actividad desempeñada a lo largo de un periodo determinado de operaciones de la entidad, reflejan el comportamiento obtenido el cual puede resultar en un incremento o decremento de capital.

e) Presentación

Es necesario reflejar las variaciones de capital que se obtuvieron y esto se tiene que realizar mediante una conciliación entre el saldo inicial y final para informar los movimientos que tuvieron las diferentes cuentas que integran el capital contable o patrimonio contribuido.

f) Definición de conceptos relacionados a la Variación del Capital

- Variaciones en el capital contable: cambios por incrementos o disminuciones que afectan activos de la entidad y las cuentas que integran este rubro (capital contribuido, capital ganado, reservas)
- Periodo contable: lapso de tiempo en que se divide la vida de un ente económico para medir rendimiento, utilidad o pérdida integral.
- Capital contribuido: efectivo o bienes entregados al ente económico por sus propietarios como parte de sus aportaciones hacia la empresa para su funcionamiento, se registran de forma detallada.
- Capital ganado: utilidades netas que incrementan el capital social y el valor de las participaciones de sus propietarios.
- Resultado integral: rendimiento financiero neto (utilidad neta) obtenida en una entidad durante un periodo de tiempo (Estado de Resultados Integral) que incrementa el capital ganado, en caso de tener un decremento se le denomina pérdida integral el cual queda reflejado.
- Reserva: separación de una cantidad de la utilidad neta que tiene un objetivo específico determinado por estatutos sociales o por aplicación de un ordenamiento legal.

g) Información adicional

Los movimientos de las diferentes cuentas que integran el capital contable o patrimonio pueden o no modificar los activos de la entidad y/o de igual manera el capital contable o patrimonio

Aportación de capital o patrimonio, recursos que aumentan el activo y el capital o patrimonio contribuido.

Reembolso de capital, recursos que disminuyen el activo y el capital contribuido.

Dividendos, reducción de activos por la entrega a sus propietarios y disminución del capital ganado.

Capitalización de otras partidas de capital contribuido, partidas aportadas por los propietarios son las aportaciones para futuros aumentos de capital, movimientos entre cuentas de capital contable que no afectan activos, pero si incrementan el balance general de la empresa donde fueron registrados los aportes.

Capitalización de utilidades netas (utilidades menos pérdidas), afectación en el capital contribuido como consecuencia del resultado integral de ejercicios anteriores.

Capitalización de reservas, incremento en el capital contribuido por reservas creadas (por estatutos, decisión de sus propietarios o aplicaciones legales) y que durante el periodo del informe ya terminaron por alguna causa.

- h) “En el período a informar no exista movimiento en el estado de resultados y existan movimientos en el capital contable o patrimonio como consecuencia de reembolso de capital, dividendos decretados (pagados o por pagar) correcciones por errores o cambios en políticas contables, se podrá presentar un estado de resultados y ganancias acumuladas en lugar del estado de resultados y del estado de variaciones en el capital contable, la conciliación se realiza entre los saldos iniciales y finales de los movimientos de las cuentas del capital contable.” (Mariano Latapi Ramirez, (noviembre 2011), Estado de Variaciones en el Capital Contable, Mundo contable, Recuperado de <http://mcontable.blogspot.com/2011/11/estado-de-variaciones-en-el-capital.html>)

2.3.4 Estado de flujo de efectivo

Presenta información acerca de la generación y utilización de recursos por actividades de operación, inversión o financiamiento en el periodo. En el lector de los estados de resultados puede analizar el comportamiento que tuvo la empresa durante un periodo de operaciones y como tuvo influencia en la empresa en cada una de las actividades en las cuales se clasifica.

Es vital su entendimiento y análisis que muestra para tomar decisiones correctivas si las amerita la empresa, también es posible determinar el grado de liquidez que tiene en determinado periodo.

2.3.5 Estados Financieros Consolidados

“Los estados financieros consolidados los presentan empresas que en el desarrollo de su actividad cuentan con otras empresas filiales que desarrollan parte de la actividad de su negocio. Es especialmente útiles en el caso de holdings y multinacionales que cuentan con una empresa filial en cada país.

El motivo de la necesidad de estos estados financieros consolidados es que una empresa con filiales en diferentes países, en sus estados financieros individuales no mostrará información alguna de sus filiales, sino que aparecerán en el balance de situación como inversiones financieras que la matriz tiene la acciones de estas como propietaria, pero no presentarán los bienes y deudas que esta tiene.

Las cuentas consolidadas deberán proporcionar una imagen fiel de la situación financiera y operativa del grupo de empresas. Para hacerlo, por lo general requerirá de un proceso complejo de en unos casos eliminar o fusionar los estados financieros individuales de cada empresa individual en la proporción en que la matriz sea propietaria de las filiales.

Estados financieros consolidados. El principio rector de los estados financieros consolidados es el de principio de la "entidad única". El objetivo de los estados financieros consolidados es mostrar

el funcionamiento del grupo como si se tratara de una sola entidad. Esto significa que todas las transacciones intragrupo (ventas de una empresa del grupo a otra, por ejemplo) y los saldos intragrupo (préstamos entre compañías, por ejemplo) deben ser eliminados de otro modo los estados financieros consolidados contarían con estos saldos duplicados.” (Estados Financieros Consolidados, Enciclopedia Financiera, Recuperado de <http://www.encyclopediainanciera.com/estados-financieros/estados-financieros-consolidados.htm>)

Es importante comprender que los estados financieros consolidados presentan la información del grupo de empresas sin las operaciones que dentro de ellas se realicen, es importante mencionar que estas eliminaciones determinaran los ingresos y egresos reales que se tienen dentro del grupo.

Analizar de forma individual las operaciones de estas empresas no es recomendable, en ellas están inmersas operaciones que su resultado es nulo al momento que se consolida la información. Esto llevaría a una interpretación errónea de los resultados que obtienen de forma individual.

2.3.5.1 Consolidación de estados financieros

“Como se agregarán los estados financieros en la matriz o holding dependerá generalmente (dependerá de la legislación de cada país) de la capacidad de influencia y de la participación en la propiedad que la matriz tiene en la filial, inferior al 20%, entre el 20% y el 50% y más del 50%. Así:

Participación Interior al 20%. En este caso se utiliza el método del costo que consiste en valorar la inversión al coste que le supuso, sólo reduciéndolo en caso de reducción de capital o por deterioro de sus activos.

Participación entre el 20% y el 50%. Para dar cuenta de este tipo de filial, la empresa matriz utiliza el método de la participación Bajo el método de la participación, la matriz registra su

inversión inicialmente al costo original y este valor se incrementa con los beneficios y se reduce con las pérdidas.

Participación superior al 50%. Los estados financieros consolidados muestran la matriz y la filial como una sola entidad. Aunque cada empresa mantiene una contabilidad separada, al final del año, un documento de trabajo se prepara para combinar los saldos por separado y eliminar las transacciones entre compañías, capital de la filial y la cuenta inversiones. El resultado es un conjunto de estados financieros que reflejan los resultados financieros de la entidad consolidada.” (Consolidación de Estados Financieros, Enciclopedia Financiera, Recuperado de <http://www.encyclopediainanciera.com/estados-financieros/estados-financieros-consolidados.htm>)

Para la consolidación de los resultados dependerá de la participación que tenga la matriz en la filial, esto es determina el método a seguir para la unificación de datos y presentación, es vital el entendimiento de cada uno de los métodos de acuerdo al porcentaje indicado y saber que forma proceder en cada caso.

2.3.5.2 Cómo deben consolidarse los Estados Financieros según NIC 27

Los estados financieros consolidados se originaron en los Estados Unidos de América, como un desarrollo industrial, se introdujo la formación de agrupaciones de negocios, el objetivo principal fue obtener beneficios económicos. La necesidad que impera en la administración de grupos consolidados de empresas en su conjunto, hizo que evolucionara hasta obtener estados financieros consolidados conocidos en la actualidad.

Deben consolidarse al existir una compañía matriz y sus subsidiarias o controladas, se originó concepto de ente económico ampliado. La documentación que presentan en una fecha dada la situación financiera, los resultados de operación, cambios en el patrimonio de la matriz y sus

subsidiarias, como si fuesen de un sólo ente económico, y corresponden a un mismo período, elaborados conforme a Normas Internacionales de Contabilidad cuya responsabilidad es de la administración. Podemos encontrar todas las directrices para realizar la consolidación de los resultados y es importante llevarla a cabo respetándolas y de esta forma su presentación y posterior análisis será adecuado.

2.4 Análisis Financiero

Es el estudio que se hace de la información contable, mediante utilización de indicadores y razones financieras. En específico inicia con un comparativo contra la información contable histórica y se compara con proyecciones efectuadas bajo información recopilada.

El análisis financiero se realiza con información proporcionada por el interesado para determinar la posición financiera, desempeño o los flujos de una entidad ya sea económica o no; esto sí, a la entidad se vea como un todo; se pueden realizar análisis específicos por actividad o segmentos donde dependerá del enfoque que se le quiera dar como la persona que solicite dicho análisis.

Este es el punto medular y de ello depende la toma de decisiones para corregir la orientación que se tenga en la entidad, analizar los resultados de forma errónea conlleva a que los cambios que se propongan sean perjudiciales para la operación e inclusive llevar a la quiebra, por el contrario, si el análisis es correcto la orientación que se dé es la ideal para corregir las deficiencias que se tenían y lograr un incremento en los resultados deseados.

2.4.1 Razones financieras

Son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para desarrollar su objeto principal.

2.4.1 Razones de liquidez

“La liquidez de una empresa se mide según su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento”.

La liquidez hace referencia a la solvencia de la posición financiera general del grupo, muestra la facilidad que esta puede pagar sus cuentas. Una influencia común de los problemas financieros y la bancarrota es una liquidez baja o decreciente, estas razones proporcionan señales tempranas de problemas de flujo de efectivo y fracasos empresariales inminentes. Las dos medidas básicas de liquidez son la liquidez corriente y la razón rápida (prueba ácida).

2.4.2 Índices de actividad

Los índices de actividad miden lo rápido que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, entradas o salidas. Respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son por lo general fuera de contexto porque las diferencias en la composición de los activos y pasivos corrientes de una empresa pueden afectar de manera significativa su “verdadera” liquidez. Es importante visualizar las medidas de liquidez general y evaluar la actividad (liquidez) de las cuentas corrientes específicas. Existen varios índices disponibles para medir la actividad de las cuentas corrientes importantes, entre las que se encuentran el inventario, las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar. Es posible evaluar la eficiencia con la que se usan los activos totales.

2.4.3 Razones de endeudamiento

“La posición de deuda de una empresa indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades”. En general un analista financiero se interesa en las deudas a largo plazo porque estas comprometen a la empresa con un flujo de pagos contractuales a futuro.

Cuanto mayor es la deuda de una empresa, mayor es el riesgo que no cumpla con los pagos contractuales de sus pasivos y llegue a la quiebra.

Los compromisos con los acreedores deben cumplirse antes de distribuir las ganancias, los accionistas presentes y futuros deberán prestar mucha atención a la capacidad de la empresa de saldar sus deudas. Los prestamistas se interesan en el endeudamiento de la empresa y, por lo tanto, la administración debe preocuparse por este.

Este es uno de los factores principales de analizar en toda entidad por su relevación para la toma de decisiones.

2.4.4 Índices de rentabilidad

Existen varias medidas de rentabilidad. Como grupo estas medidas permiten a los analistas evaluar la utilidad de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Sin utilidades, un grupo no podría atraer capital externo. Los propietarios, los acreedores y la administración prestan mucha atención al incremento de la utilidad debido a la gran importancia que el mercado otorga a las ganancias.

2.4.5 *-KEY PERFORMANCE INDICATOR-*

Del inglés *-KEY PERFORMANCE INDICATOR-*, conocido como Indicador Clave del desempeño, es una medida del nivel del desempeño de un proceso, el valor esta relaciona con un objetivo fijado de antemano, este se expresa por lo general en porcentaje, en el área de ventas es se utiliza para visualizar durante un periodo el avance del cumplimiento de las metas establecidas. Es importante fijar atención a los resultados que se obtienen para realizar los cambios necesarios.

Este indicador es fundamental para la medición del alcance de los objetivos trazados por la gerencia y es sencillo para realizar su medición, como cuenta con mucha versatilidad para analizarse es fundamental para que se realicen los cambios necesarios si el resultado está por debajo del esperado al momento de su evaluación.

2.5 Administración de departamento de Ventas

La función de la administración de ventas es llevar a cabo la planeación, ejecución y control de todas las actividades relacionadas con las ventas. La necesidad de promover productos por medio de mercadeo y herramientas que pueden ser útiles en el proceso de comercializar un inventario de mercaderías.

Administrar ventas conlleva un control de recursos humanos donde el personal se mueve por comisiones, el control de la productividad de las ventas representa un monitoreo de cumplimiento de metas, esto a su vez genera el pago de sueldos base. Tiene que pensarse en que debe analizar qué productos son los que se venden para eliminar los que rotan menos.

2.5.1 Tomar decisiones en base a estados financieros consolidados

Para un departamento de ventas se hacen tantas preguntas, entre ellas cuanto presupuesto existe para aumentar y disminuir personal, la eficiencia del mismo está relacionada con la capacidad de cada uno de los vendedores.

Decisiones importantes son sobre las tasas de pedidos y de despachos, la capacidad instalada que tiene la empresa para abastecer a los clientes. Conforme las ventas mejoren mejora la utilidad de la empresa. Es importante tener claro la dirección del departamento por el cual se generan los ingresos de la empresa.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación

La investigación es un trabajo profesional, en donde se indaga en los departamentos financieros de las tres empresas pertenecientes al Grupo Visión. Este análisis se convierte en una herramienta que coadyuva a verificar la práctica en relación a las fusiones y participaciones de sociedades anónimas, que influencia tienen y la forma de comportarse los resultados al momento de registrar los movimientos de ventas que se realizan entre relacionadas y ello conlleva a realizar las eliminaciones pertinentes.

Se sustenta en la investigación científica, se orienta a buscar una solución para demostrar cómo hacer una correcta información financiera consolidada. Se considera descriptiva por ser la forma cómo funciona la información en un modelo atípico, la información financiera en el caso de una fusión si existe una legislación que lo respalda. Incluso los modelos de consolidación es un ejemplo en libros de texto.

La presente investigación de campo se establece en una organización que comprende tres empresas pertenecientes a Sociedades Anónimas distintas, con los mismos socios. Es cuantitativa porque se determina por medio de encuesta la organización de la información para su análisis respectivo.

3.2 Sujetos de investigación:

Según la estadística moderna, los sujetos son las personas que forman parte de la muestra o universo.

Las áreas que participaron en la investigación son: el Departamento financiero, el Gerencia General, operaciones y Ventas. Los antes descritos son quienes están involucradas de forma directa en generar información para la elaboración y consolidación de la información y toman las decisiones de ventas. Todo el personal que labora en cada una de estas áreas y está involucrado con la actividad diaria de las empresas.

3.3 Instrumentos de recopilación de datos

Se aplicaron cuestionarios donde las personas expresan su experiencia. Está dirigida a todo el personal involucrado de forma directa o indirecta con la recopilación, procesamiento y elaboración de información financiera para su posterior análisis por parte de las gerencias y dirección.

Se utilizaron dos modelos, primero un cuestionario con preguntas cerradas para que se responda de forma directa, complementado con otro de preguntas abiertas que permite que se responda de forma amplia y con claridad, sirve para determinar el grado de conocimiento que tiene el personal del tema que se consulta.

3.4 Diseño de la investigación

Los estados financieros individuales de una sociedad pierden significación, esta entidad se encuentra incluida en un conjunto formado por una unidad supra empresarial, cada empresa mantiene su propia personalidad, existe una sociedad que ejerce un control efectivo, toma las decisiones de forma directa o indirecta sobre las restantes. Esto ocurre al operar las cuentas de cada unidad por separado no dan una guía completa de las actividades de la misma y omiten informaciones relevantes como créditos y débitos recíprocos, suelen haber resultados erróneos. En estos casos la información consolidada (balance y cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas) del grupo de sociedades suministran mejor la información patrimonial y económica se esconde detrás de la pluralidad jurídica que forma el grupo.

El análisis de los resultados consolidados genera información para determinar que carece de una metodología adecuada de la integración de los registros financieros, Es importante contar con un modelo de adecuado de presentar los datos del grupo para su posterior análisis y entendimiento por parte de las gerencias y así tomar decisiones para orientar a sus fuerzas de ventas, de esta forma generar resultados positivos y con un crecimiento constante de ganancias.

Con la información presentada podrá realizarse un estudio y evaluación de los resultados obtenidos por el grupo para su posterior determinación de acciones a tomar por parte de las gerencias involucradas, es vital comprender los resultados de los indicadores financieros y realizar las comparaciones con los datos de los resultados históricos de años anteriores de la empresa para determinar el incremento o decremento de sus utilidades a lo largo del tiempo. Es importante conocer el comportamiento del grupo a lo largo de su existencia ya que determinará la tendencia que se tendrá en un futuro inmediato.

Capítulo 4

Resultados de la investigación

4.1 Muestreo

Para determinar la muestra de los colaboradores a quienes se les proporciono los cuestionarios, se tomó el criterio de elegir a 10 personas de los diferentes departamentos que conforman el grupo de empresas, que ahí es donde se origina la generación de datos para la información financiera que se presenta a las gerencias y dirección. Se toma el criterio de evaluar al cien por ciento de los colaboradores.

4.2 Presentación de resultados

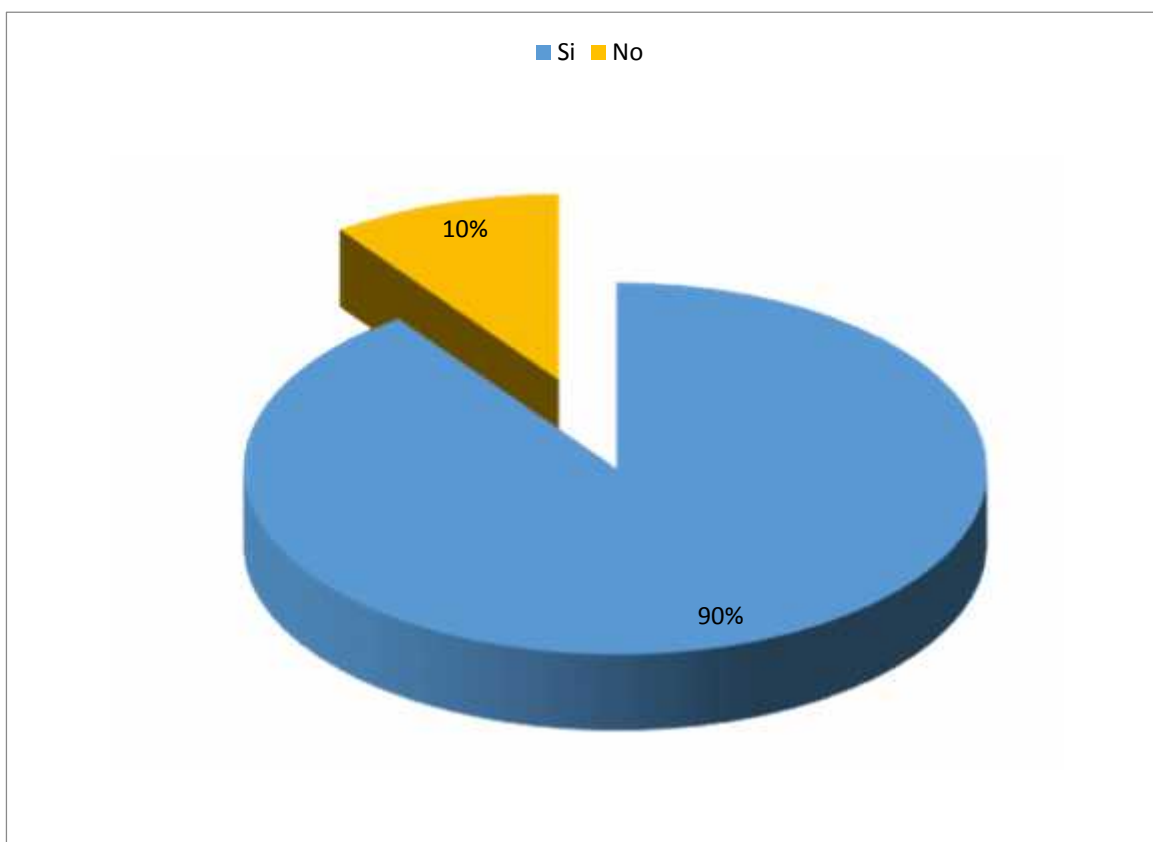
La muestra nos refleja valor es 10 personas que es el total de la población que existe en los departamentos que intervienen a la generación de la información para la consolidación de los resultados financieros del grupo de empresas.

Los datos que se presentan a continuación son extraídos de las respuestas reales que se realizó a cada persona que se le realizo el cuestionario. La siguiente información, es resultado posterior a realizar seis preguntas cerradas dirigidas a los evaluados, recogieron el conocimiento que posee cada destinatario con respecto a conceptos relacionados al tema de investigación, regulación legal y políticas. Se realizaron preguntas que estaban diseñadas para ser contestadas con una respuesta cerrada Si o No.

Para llevar a cabo una interpretación sencilla y clara, se realizó el vaciado de la data obtenida para ser analizada mediante tablas y gráficas. Al final cada gráfica se describe la interpretación porcentual que se obtuvo en el acumulado de respuestas a cada cuestionaste.

Pregunta No. 1

¿Combinaría usted en una entidad los estados financieros de la controladora y sus controladas línea a línea, se agregan las partidas que representen activos, pasivos, activos netos/patrimonio, ingresos y gastos de contenido similar?



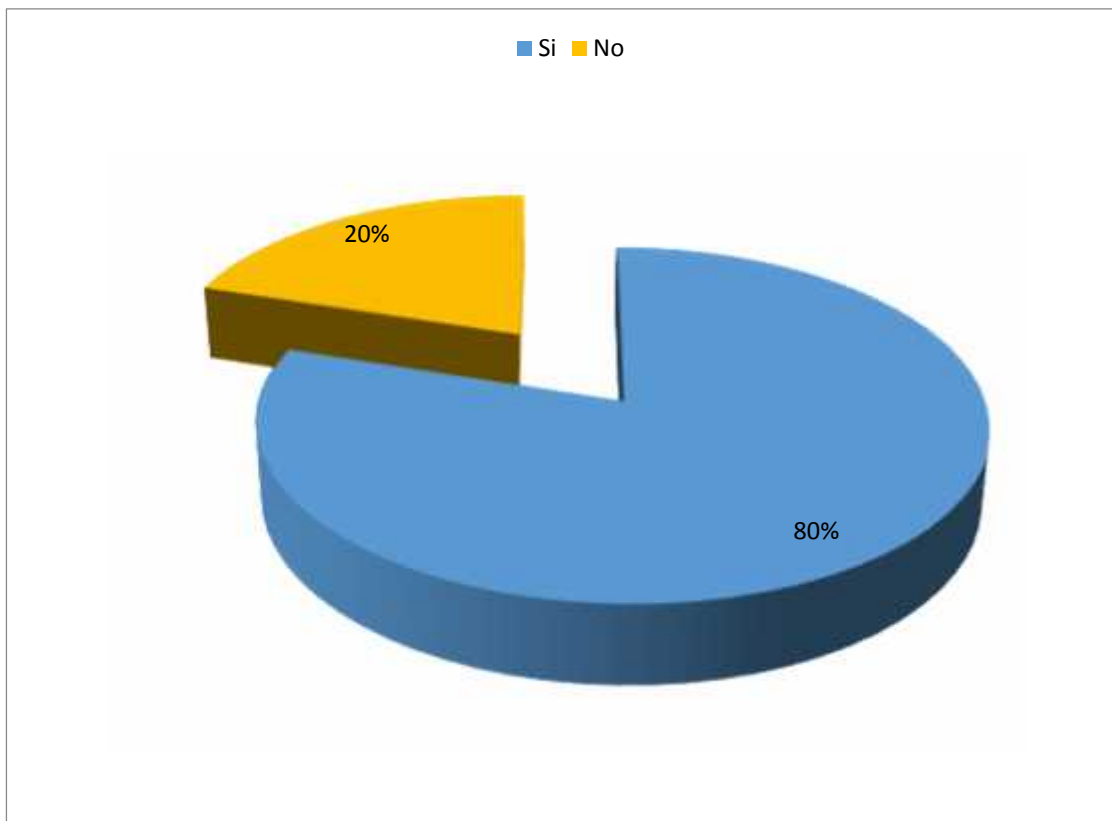
Grafica 1 Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

9 colaboradores del total de los 10 evaluados, comprenden que deben combinar los estados financieros en una sola entidad, inclusive si se argumentan que no existe controladora y sus controladas línea a línea, se agregan las partidas que representen activos, pasivos, activos netos/patrimonio, ingresos y gastos de contenido similar

Pregunta No. 2

¿Considera que los estados financieros consolidados presenten información financiera de la entidad económica como si fuera una sola?



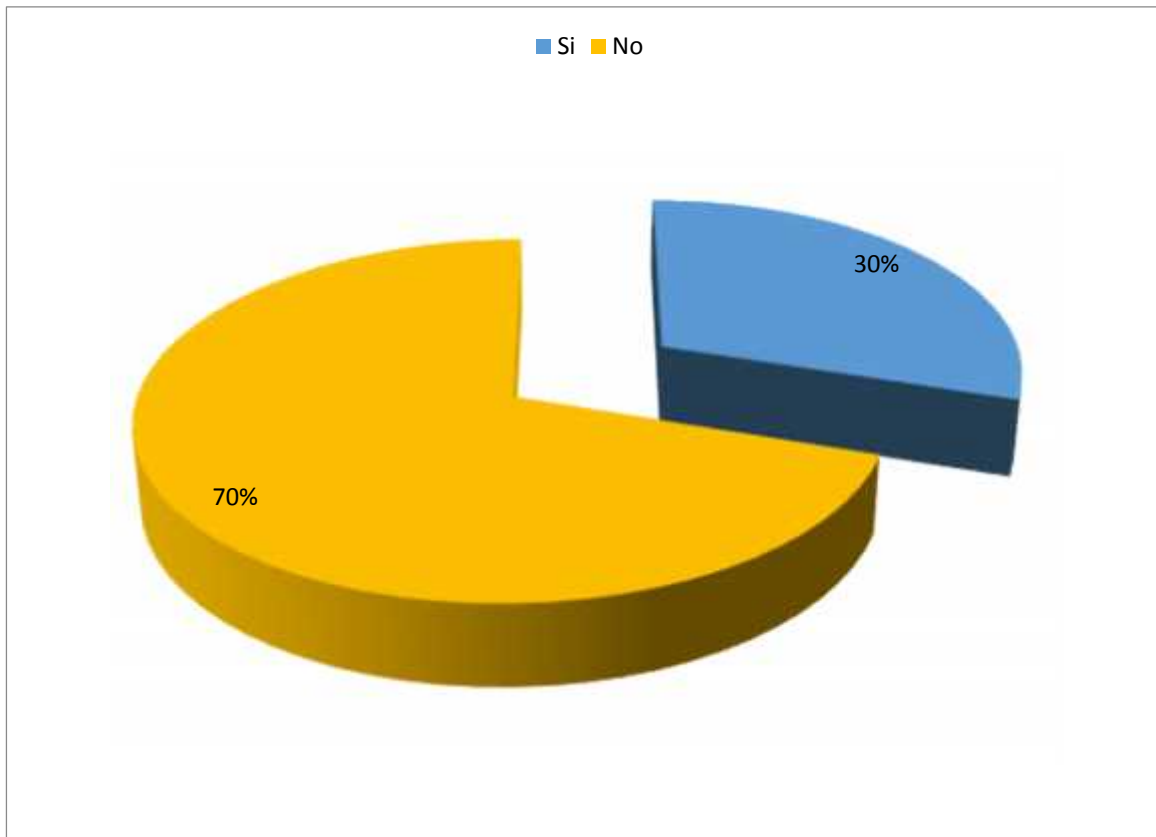
Grafica 2 Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

8 Personas del total de 10 evaluados de los departamentos financieros están conscientes de consolidar los estados financieros de la entidad económica como si fuera una sola entidad. 02 personas no tienen conocimiento de cuál es la forma correcta para la presentación.

Pregunta No. 3

Según sus conocimientos ¿Se elimina el valor de la inversión de la controladora en libros en cada entidad controlada, así como la porción de los activos netos/patrimonio?



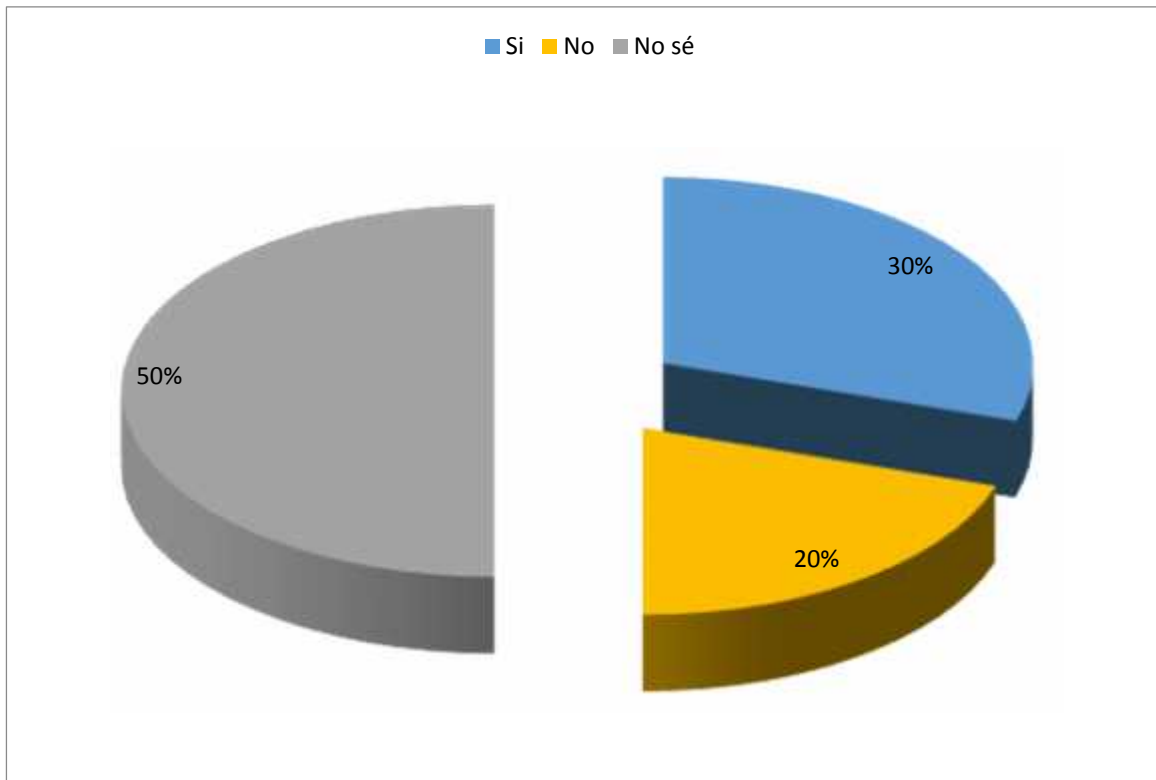
Grafica 3 Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

03 Personas indican eliminar la inversión de la controladora en los libros de cada entidad controlada, 07 personas restantes no tienen claro el concepto. Esta pregunta no aplica porque los socios de tres sociedades anónimas son los mismos y por ello no cuentan con una controladora y controlada.

Pregunta No. 4

¿Eliminaría usted los saldos, transacciones, ingresos y gastos entre entidades que pertenecen al grupo?



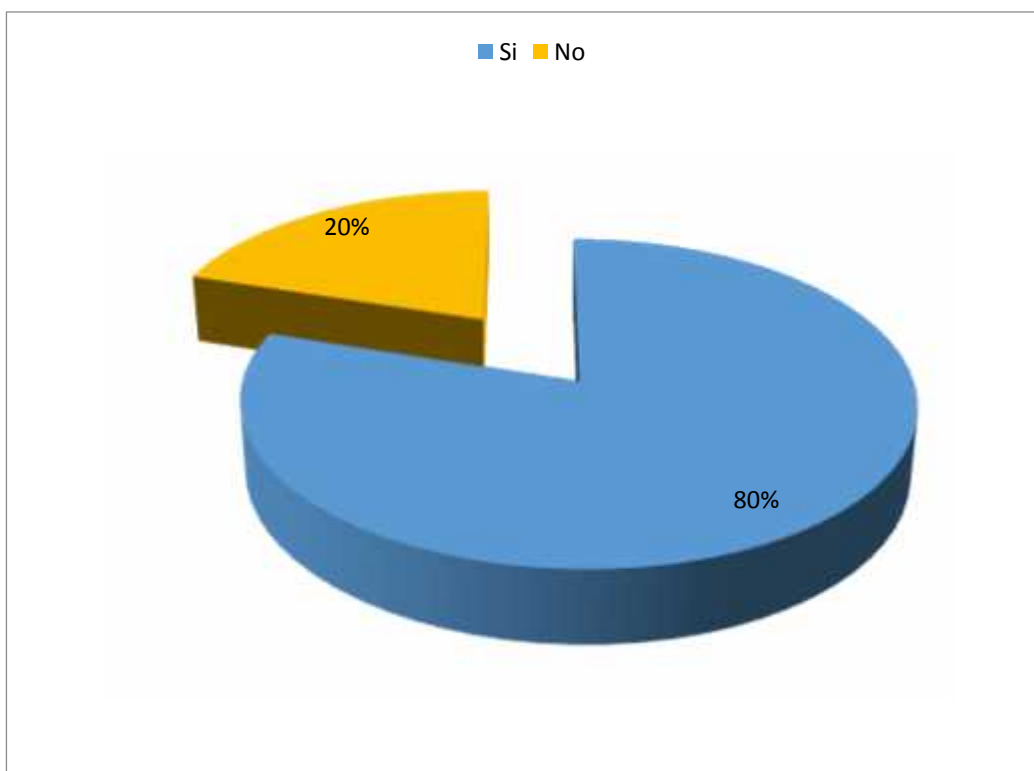
Grafica 4 Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

03 personas expresan los saldos entre las empresas deben de ser eliminados, 02 personas indican no deben eliminar y 5 personas no saben el procedimiento a seguir. Las organizaciones no realizan el control para determinar si se eliminan los saldos, transacciones, ingresos y gastos entre entidades que pertenecen a la entidad económica.

Pregunta No. 5

¿Tiene conocimiento si los estados financieros de la controladora y de sus entidades controladas, utilizados para la elaboración de los estados financieros consolidados, están referidos a la misma fecha de presentación?



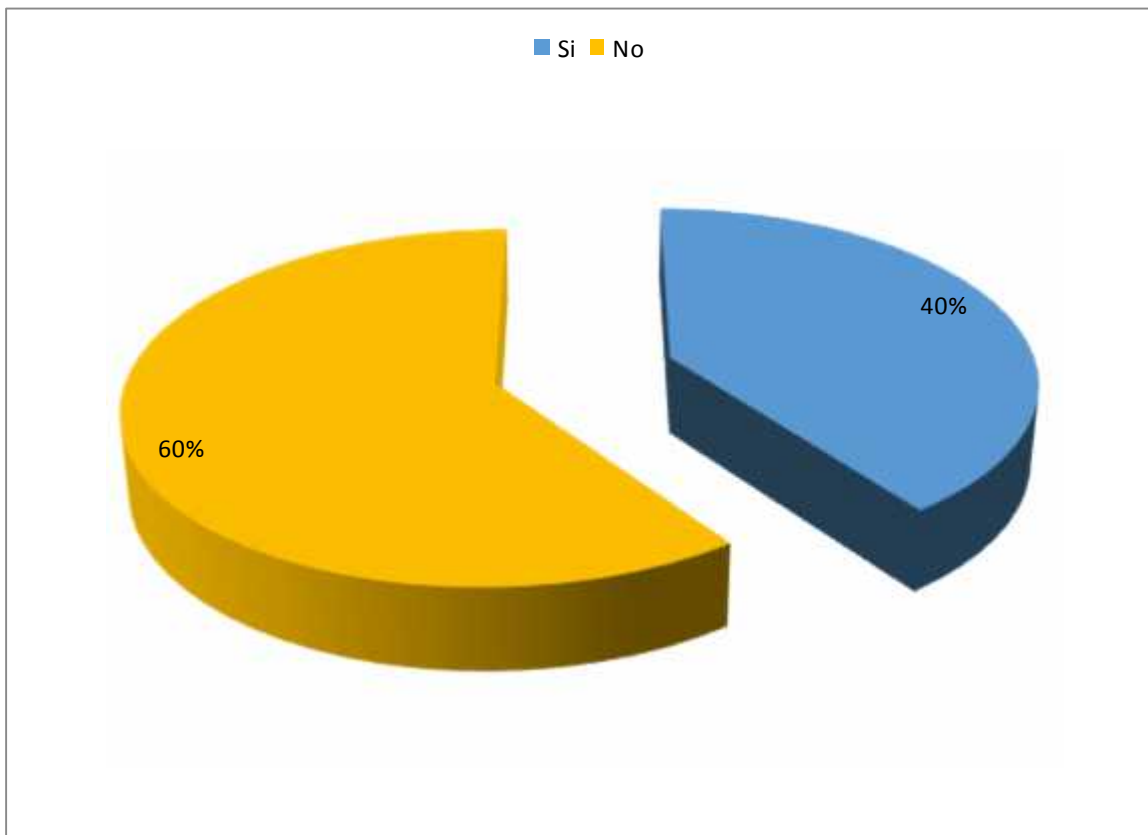
Grafica 5 Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

08 personas indican que los estados financieros consolidados si deben de estar referidos a la misma fecha de presentación. 02 personas no tienen conocimiento de la fecha con que se realizan los estados financieros. La situación empresarial no tiene un control entre entidades los estados financieros de la controladora y de sus entidades controladas, utilizados para la elaboración de los estados financieros consolidados, estarán referidos a la misma fecha de presentación

Pregunta No. 6

¿Considera que los estados financieros consolidados se elaborarán y utilizan políticas contables uniformes para transacciones y eventos similares?



Grafica 6 Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

4 personas tienen conocimientos de las políticas contables que se aplican para transacciones que realicen las empresas. 6 personas no conocen las políticas que se aplican. Los estados financieros consolidados se elaborarán con políticas contables uniformes para transacciones y eventos similares entre ellas la aplicación de la norma -NIIF- 10-.

4.3 Estados financieros consolidados

4.3.1 Estado de Resultados Consolidados

TABLA VII										
ESTADO DE RESULTADOS										
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014										
(Cifras expresadas en unidades de quetzales)										
DESCRIPCION	EMPRESA 1		EMPRESA 2		EMPRESA 3		CONSOLIDADO			
	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%
Ventas y Servicios	4,579,100.39	100.00%	271,454.96	100.00%	454,753.90	100.00%	5,305,309.25	100.00%		
Otros Ingresos	-	0.00%	10,255.75	3.78%	15,442.86	3.40%	25,698.61	0.48%		
Devoluciones y rebajas S/Ventas	(13,861.61)	-0.30%	-	0.00%	-	0.00%	(13,861.61)	-0.26%		
Costo de las ventas	3,259,188.03	71.18%	85,518.92	31.50%	216,490.23	47.61%	3,561,197.18	67.13%		
Resultado bruto en las ventas	1,333,773.96	29.13%	196,191.79	72.27%	253,706.53	55.79%	1,783,672.28	33.62%		
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos de personal	606,533.31	13.25%	59,484.46	21.91%	110,711.10	24.35%	776,728.88	14.64%		
Servicios contratados	289,192.00	6.32%	50,002.62	18.42%	5,641.94	1.24%	344,836.57	6.50%		
Gastos Generales	209,735.38	4.58%	39,217.58	14.45%	69,995.37	15.39%	318,948.32	6.01%		
Costos y gastos financieros	97,126.58	2.12%	-	0.00%	431.35	0.09%	97,557.93	1.84%		
Otros productos financieros	(6,273.70)	-0.14%	223.12	0.08%	(3,933.42)	-0.86%	(9,984.00)	-0.19%		
Total Gastos	1,196,313.57	26.13%	148,927.78	54.86%	182,846.34	40.21%	1,528,087.69	28.80%		
RESULTADO NETO	137,460.40	3.00%	47,264.00	17.41%	70,860.19	15.58%	255,584.59	4.82%		

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación de Estados financieros Consolidados

Se tiene la base los Estados de Resultados de la Empresa 1, Empresa 2 y Empresa 3, la consolidación para un mejor análisis y asimilar información que es útil para los usuarios de dichos resultados. Se puede tener una panorámica para saber la situación financiera del grupo de empresas para empezar a determinar qué acciones deben tomar con el fin de alcanzar los resultados deseados.

Se puede apreciar en la última columna de del Estado de Resultado se muestran los resultados consolidados el comportamiento global desde sus ingresos sus costos, el resultado bruto, los gastos de operación, costos y gastos financieros y el resultado neto.

Se presenta un análisis financiero vertical de cada empresa y del consolidado para su mejor comprensión se pueden verificar en porcentajes el comportamiento del periodo que se presenta para una mejor interpretación y entendimiento.

4.3.2 Estado de Situación Financiera Consolidado.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA								
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,014								
(Cifras expresadas en unidades de quetzales)								
	EMPRESA 1		EMPRESA 2		EMPRESA 3		CONSOLIDADO	
DESCRIPCION	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%
ACTIVOS								
Activos Corrientes								
Efectivo y cuentas monetarias	153,008.30	9.08%	105,768.89	39.11%	8,709.18	1.58%	267,486.37	10.76%
Deudores comerciales	797,070.89	47.28%	78,812.40	29.14%	273,659.52	49.70%	1,149,542.82	46.26%
Deudores no comerciales	276,295.31	16.39%	-	0.00%	-	0.00%	276,295.31	11.12%
Cuentas por cobrar Interempresas	13,889.90	0.82%	5,555.96	2.05%	2,222.38	0.40%	-	0.00%
Total este rubro	1,240,264.39	73.57%	190,137.26	70.31%	284,591.08	51.68%	1,693,324.49	68.14%
Activos no Corrientes								
Propiedad, Planta y Equipo	691,019.82	40.99%	97,005.16	35.87%	258,692.65	46.98%	1,046,717.63	42.12%
Activos intangibles	157,555.57	9.35%	-	0.00%	-	0.00%	157,555.57	6.34%
Activos por impuestos	101,600.43	6.03%	37,031.31	13.69%	68,674.54	12.47%	207,306.28	8.34%
Depreciaciones y Amortizaciones	(504,622.70)	-29.93%	(53,728.90)	-19.87%	(61,329.87)	-11.14%	(619,681.47)	-24.93%
Total este rubro	445,553.12	26.43%	80,307.57	29.69%	266,037.32	48.32%	791,898.01	31.86%
ACTIVOS TOTALES	1,685,817.51	100.00%	270,444.83	100.00%	550,628.40	100.00%	2,485,222.50	100.00%
PASIVOS								
Activos Corrientes								
Proveedores Locales y Del Exterior	513,914.41	37.12%	48,385.65	24.16%	189,899.10	40.57%	752,199.16	37.04%
Otras cuentas por pagar a CP	620,610.41	44.83%	34,275.17	17.12%	178,922.22	38.23%	833,807.80	41.06%
Cuentas por Pagar Interempresas	5,555.96	0.40%	2,222.38	1.11%	13,889.90	2.97%	-	0.00%
Provisiones	147,042.47	10.62%	56,148.28	28.04%	-	0.00%	203,190.74	10.00%
Prestaciones laborales	87,501.89	6.32%	59,207.33	29.57%	83,919.08	17.93%	230,628.30	11.36%
Anticipo de Clientes	9,676.40	0.70%	-	0.00%	1,400.00	0.30%	11,076.40	0.55%
Total este rubro	1,384,301.54	100.00%	200,238.81	100.00%	468,030.29	100.00%	2,030,902.40	100.00%
PASIVOS TOTALES	1,384,301.54		200,238.81		468,030.29		2,030,902.40	
PATRIMONIO								
Capital Accionado	40,000.00	13.27%	5,000.00	7.12%	5,000.00	6.05%	50,000.00	11.01%
Resultados acumulados	124,055.57	41.14%	17,942.02	25.56%	6,737.92	8.16%	148,735.50	32.74%
Resultado del periodo	137,460.40	45.59%	47,264.00	67.32%	70,860.19	85.79%	255,584.59	56.26%
Total este rubro	301,515.96	100.00%	70,206.02	100.00%	82,598.11	100.00%	454,320.10	100.00%
PASIVOS TOTALES Y PATRIMONIO	1,685,817.51		270,444.83		550,628.40		2,485,222.50	

Fuente. Elaboración Propia.

Interpretación del Estado de Situación Financiera Consolidado

En los Estados de Situación Financiera de la Empresa 1, Empresa 2 y Empresa 3 se observa cómo se encuentran de forma individual y un consolidado para su entendimiento global, observar que se procede a eliminar las cuentas por cobrar y por pagar interpresas que es uno de los objetivos de consolidar la información para determinar cómo se encuentra el grupo de empresas en general.

Se puede visualizar los resultados obtenidos por el grupo acumulados durante la existencia de las empresas, se presenta un análisis vertical para su interpretación correcta y que sea fácil de asimilar. Se logra determinar de manera ágil los rubros con mayor movimiento dentro del grupo y es a los que las gerencias deberían de prestarles atención para su evaluación.

Capítulo 5

Propuesta de la solución a la problemática

5.1 Introducción

La organización necesitó evaluar cómo se generan los estados financieros consolidados para comprender la información que se les presenta y comprender el objetivo de realizar eliminaciones de las operaciones interpresas, en consecuencia, la empresa solicitó verificar la aplicación de normativas antes de decidir mejorar su sistema de registro de información y de reportes.

5.2 Objetivos

5.2.1 General

- Consolidar los estados financieros para evaluar el rendimiento del grupo en general, se entienda de forma adecuada el comportamiento de los resultados obtenidos en un periodo determinado y tomen decisiones correctas en los departamentos de ventas.

5.2.2 Específico

- Elaborar los presupuestos de ventas para cada uno de los departamentos, para la realización es necesario tener en cuenta los estados financieros consolidados.

5.1 Generalidades

Los estados financieros consolidados, reflejan la situación de los recursos que posee y controla una entidad que en caso de esta organización la casa matriz, el presente grupo de empresas no ha tenido la participación de diferentes dueños, es importante mencionar la situación legal representa una necesidad de informar a los socios en una consolidación de la

información, inclusive si no existe una evidencia de subordinación, para un mejor análisis y entendimiento de los resultados que se obtengan en un periodo de tiempo.

El resultado de las operaciones las empresas se reflejan en los estados financieros consolidados, y la relación entre una entidad que centraliza las operaciones en una casa matriz y sus subsidiarias como que se tratase de una sola entidad, proporciona información valiosa para que se realice un análisis global.

Existen tres aspectos importantes en el proceso de consolidación:

1. Una sola entidad económica se constituye.
2. Una combinación de negocios ocurre para formar esta nueva entidad.
3. La información de las compañías independientes deberá ser consolidada dentro de un solo juego de estados financieros.

La información financiera consolidada representa estados financieros dominantes y sus dependientes línea por línea, se adicionan las operaciones pertinentes que representen activos, pasivos, patrimonios, ingresos y gastos. Como si se tratase de una sola entidad económica, se eliminan en su totalidad los saldos, transacciones, ingresos y gastos del grupo de empresas para reflejar las operaciones reales.

5.2 Estados Financieros Consolidados

Los estados financieros consolidados presentan la información de un grupo de empresas del mismo consorcio, con frecuencia existe una empresa que absorbe a las restantes. La empresa líder en nuestro caso debe incluir a las otras empresas satélites para mejorar la información que se presenta para la toma de decisiones, la central necesita verificar el interés del control financiero que se genera.

Un breve análisis de los estados financieros separados se puede establecer medidas correctivas para cada empresa individual, los rendimientos no siempre son iguales en cada una de las entidades que se consolidan.

5.3 Políticas de consolidación

Para consolidar estados financieros es necesario observar algunas directrices de los inversionistas que posean la certeza que se aplican los principios contables, con las normas -NIC- debe decirse que las empresas aportan procedimientos de consolidación, políticas y normas específicas, es necesario observar la información contable, presentar una interpretación de la información separada y consolidada que los socios puedan interpretar y comprender de forma dinámica y amigable todo lo presentado.

5.4 Políticas contables

Las políticas de contabilidad comprenden los principios, bases, métodos, reglas y procedimientos adoptados por la administración para generar, preparar y presentar los Estados Financieros.

Es importante cumplir a cabalidad las políticas contables para que los resultados que se presenten tengan un formato y patrón aceptable, el entendimiento es importante, la presentación de la información debe contener claridad y solidez.

5.5 Propuesta de consolidación de estados financieros

Se presentó en la sección 4.3 Estados financieros consolidados, existen análisis que mostrar al grupo, para el departamento de ventas apropiados y que ayudaran a tomar decisiones oportunas son los siguientes:

- Rendimiento de capital que su fórmula es:

$$\text{Rendimiento de Capital} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

- Rendimiento de Activos Totales cuya fórmula es:

$$\text{Rendimiento de Activos} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos Totales}}$$

- Margen de utilidades en su fórmula es:

$$\text{Margen de Utilidades} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

- Margen de utilidades brutas en cuya fórmula es:

$$\text{Margen de Utilidades} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

TABLA IX				
Empresa	Rendimiento de Capital	Rendimiento de activos totales	Margen neto de Utilidades	Margen bruto de utilidades
1	0.46	0.08	0.03	0.29
2	0.67	0.17	0.17	0.68
3	0.86	0.13	0.16	0.52
Consolidado	0.56	0.10	0.05	0.33

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Se determinó índice de rendimiento de capital de la empresa 3 es mejor al resto de empresas, en el consolidado refleja un rendimiento de 0.56 y es aceptable podemos apreciar del resultado obtenido en el consolidado, luego de aplicar la formula de rendimiento de capital.

En el índice de rendimientos de activos totales, el índice margen neto de utilidades y en el margen bruto de utilidades la empresa 2 supera a la empresa 1 y 3, la empresas 1 y 3 deben incrementar las ventas, la empresa 2 es redituable si se comparan, el costo de ventas está elevado para las tres empresas. De esta forma se podrá obtener utilidad superior.

Se observa el consolidado y es necesario revisar los costos fijos, mejorar los costos variables, que al incrementar el volumen de compras pueda reducir el valor de las materias primas, aprovechar las economías a escala y de esta forma incrementar su margen bruto de utilidad que debería de estar superior del 0.50 al 0.70 para considerarse aceptable. Es importante saber interpretar las razones obtenidas para tomar decisiones acertadas para corregir los resultados que se desean obtener.

5.5.1 identificación de oportunidades

Cada una de las empresas tiene un comportamiento diferente, estas organizaciones deben buscar oportunidades en nuevos mercados, encontrar nuevos nichos de mercado, los espacios para vender material publicitario, deben diversificarse para incrementar las ventas, actualizar su tecnología utilizada e impulsar a sus fuerzas de ventas a ser creativos para realizar propuestas innovadoras a sus clientes.

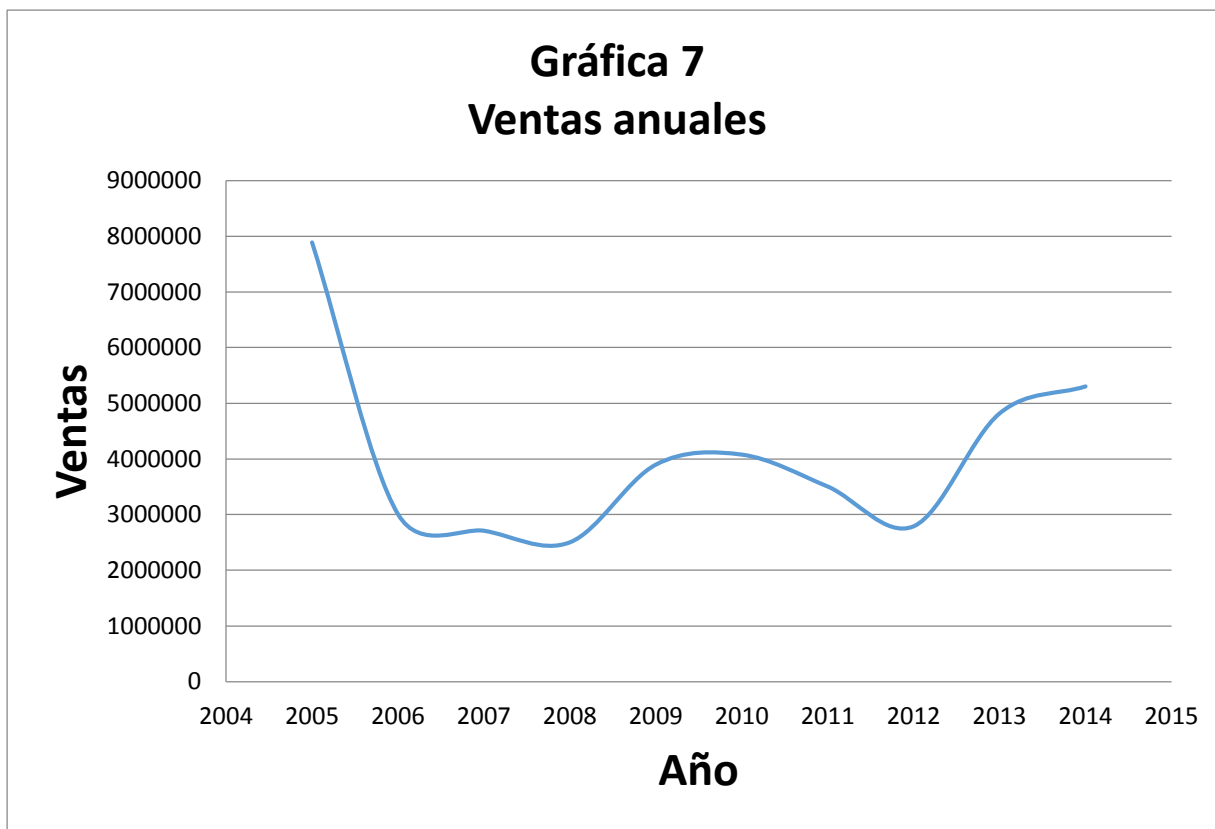
Son empresas que brindan productos y servicios a industrias, la solución es encontrar nuevos nichos en donde existan personas y empresas que requieran del servicio y tengan capacidad de invertir y vean en la publicidad un medio de generar ventas derivado de una campaña publicitaria.

5.5.2 Pronóstico de ventas

Se muestra el pronóstico de ventas, en una gráfica que indica el comportamiento como una familia ascendente descendente, de esta familia el primer caso denominado tendencia lineal, se observa en uno de los ejes le pertenece a las ventas y el otro le pertenece a los años, las ventas anuales en cada año correspondiente converge en una curva que inicia con una pendiente descendente y luego termina de forma ascendente.

Es fundamental tener referencia historia para realizar un análisis profundo del comportamiento y evaluación de las ventas que ha tenido el grupo a lo largo de su historia para entender y proyectar las ventas a futuro con un modelo de patrón a seguir.

La grafica muestra el resumen de ventas por grupo durante la última década, es importante mencionar que en los años electorales los servicios publicitarios tienen un alza en su demanda considerable lo cual es indispensable tenerlo en cuenta para su análisis y determinar así una tendencia.



Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Podemos observar en la gráfica anterior el comportamiento que ha tenido las ventas en los últimos años y determinar que en el histórico de ventas entre el año 2,004 y 2,006 una baja considerable de las ventas debido a la competencia que interfirieron con un costo inferior lo cual redujo la demanda de los productos.

Se tratar de estabilizar las mismas, desde el año 2,012 la empresa ha tenido un mejor control en la proyección y ejecución del plan de ventas para así lograr de forma positiva se concluye el año 2,014 con unas ventas de Q. 5,305,30900 y la proyección refleja un crecimiento continuo para los posteriores periodos de la empresa es reflejo del cambio de políticas que se tiene en el grupo.

TABLA X												
X	Y	XY	X ²	Log y	Log x	Log Y * Log X	(Log X) ²	X*Log Y	Ln X	Ln Y	Ln XY	(Ln X) ²
2005	7889600	1.5819E+10	4020025	6.89705499	3.302114377	22.7748644	10.9039594	13828.5952	7.60339934	15.881056	23.4844553	57.8116815
2006	3000455	6018912730	4024036	6.47718712	3.302330929	21.3898153	10.9053896	12993.2374	7.60389797	14.9142745	22.5181725	57.8192643
2007	2709560	5440796480	4032064	6.43289877	3.302763708	21.2463446	10.9082481	12917.2607	7.60489448	14.8122968	22.4171913	57.8344201
2008	2500777	5024060993	4036081	6.39807497	3.302979937	21.1327132	10.9096765	12853.7326	7.60539236	14.732112	22.3375044	57.841993
2009	3900445	7839894450	4040100	6.59111416	3.303196057	21.7717423	10.9111042	13248.1395	7.60589	15.1766012	22.7824912	57.8495627
2010	4075870	8196574570	4044121	6.61022032	3.303412071	21.8362816	10.9125313	13293.1531	7.60638739	15.2205948	22.8269822	57.8571291
2011	3500121	7042243452	4048144	6.54408306	3.303627976	21.6192159	10.9139578	13166.6951	7.60688453	15.0683081	22.6751926	57.8646923
2012	2788909	5614073817	4052169	6.44543434	3.303843775	21.2947081	10.9153837	12974.6593	7.60738143	14.841161	22.4485425	57.8722522
2013	4820700	9708889800	4056196	6.68311011	3.304059466	22.0813932	10.916809	13459.7838	7.60787807	15.3884297	22.9963078	57.8798088
2014	5305309	1.0661E+11	403809025	6.72471068	4.303088011	28.9370219	18.5165664	135133.061	9.90822631	15.4842186	25.3924449	98.1729485

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Para determinar el comportamiento de las ventas en los últimos años y de igual forma se realiza la proyección para años futuros se utiliza como se puede observar en la Tabla X un método de pronóstico de ventas se realiza el cálculo de forma aritmética y logarítmica, el nivel de ventas y así proyectar el porcentaje de crecimiento que puede llegar a tener.

Tabla XI. Cálculo del método lineal

TABLA XI	
Método lineal pronósticos de ventas	
a=	3566901.33
b=	239.9966507
X	Y
2015	Q 4,050,494.58
2016	Q 4,050,734.58
2017	Q 4,050,974.57
2018	Q 4,051,214.57
2019	Q 4,051,454.57
2020	Q 4,051,694.56

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Las empresas el próximo año venderán arriba de 4 millones de Quetzales, por la tendencia de ventas en los últimos dos años mostrados en la Tabla X y con los factores determinados se puede realizar la proyección de ventas el cual por el método lineal nos indica un crecimiento anual de Q. 240.00

La tendencia de las ventas es ascendentes y descendentes. El método Lineal dice que existe un incremento lineal, respecto a los métodos sus pronósticos se disparan fuera de los rangos permitidos.

Se observa la relación que tienen todos los análisis presentados para formar una base sólida para las gerencias y así puedan determinar las acciones que consideren necesarias para incrementar la rentabilidad del grupo de empresas.

5.5.3 Presupuesto de ventas

Se efectuó el presupuesto de ventas para el año 2015 consolidado y se describe a continuación:

TABLA XII													
Presupuesto de Ventas Consolidado; año 2015													
Canal tradicional mensual	Q 296,766.43												
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Dicembre	
Promociones de ventas	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96
Impulsadoras	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64	Q 29,676.64
Logística	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96	Q 44,514.96
Premios	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29	Q 59,353.29
Supervisión	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61	Q 74,191.61
Capacitación de clientes	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32
Comisiones	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32
Imprevistos	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32	Q 14,838.32
Total	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43	Q 296,766.43

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Con la utilización de los estados financieros consolidados es posible conocer las fuerzas de ventas del grupo de empresas que tienen disminuir y cuales deben aumentar, apoyándose en los índices financieros se hizo el repartimiento de la asignación presupuestaria mensual para los departamentos de ventas.

Se observa la integración de los gastos que se tendrán durante el año 2,015 es necesario saber qué impacto tienen en nuestro resultado y de esta forma para determinar qué nivel de ventas se necesitan obtener y alcanzar los resultados fijados con anterioridad.

El presupuesto de ventas para el año 2015 para la empresa 1 es el siguiente:

TABLA XIII												
Presupuesto de Ventas Empresa 1; año 2015												
Canal tradicional mensual	Q 57,364.95											
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Dicembre
Promociones de ventas	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74
Impulsadoras	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50	Q 5,736.50
Logística	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74	Q 8,604.74
Premios	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99	Q 11,472.99
Supervisión	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24	Q 14,341.24
Capacitación de clientes	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25
Comisiones	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25
Imprevistos	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25	Q 2,868.25
Total	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95	Q 57,364.95

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Se utilizan los estados financieros consolidados para conocer que fuerzas de ventas de cada una de las empresas y determinar si deben de disminuir o aumentar, se realiza la asignación presupuestaria mensual para los departamentos de ventas. Para la empresa 1 el presupuesto mensual estimado es de Q. 57,364.95.

Este presupuesto es el óptimo para que pueda alcanzar el nivel de ventas proyectado y de esta forma no tener ninguna limitante para llegar al objetivo.

El presupuesto de ventas para el año 2015 para la empresa 2 es el siguiente:

TABLA XIV												
Presupuesto de Ventas Empresa 2; año 2015												
Canal tradicional mensual	Q 136,512.56											
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Dicembre
Promociones de ventas	Q 20,476.88	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63
Impulsadoras	Q 13,651.26	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42	Q 13,452.42
Logística	Q 20,476.88	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63	Q 20,178.63
Premios	Q 27,302.51	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84	Q 26,904.84
Supervisión	Q 34,128.14	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06	Q 33,631.06
Capacitación de clientes	Q 6,825.63	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21
Comisiones	Q 6,825.63	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21
Imprevistos	Q 6,825.63	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21	Q 6,726.21
Total	Q 136,512.56	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22	Q 134,524.22

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Se toma como referencia los índices financieros y analizan los resultados obtenidos por la empresa 2 luego de realizar el comparativo con el grupo, se hizo el repartimiento de la asignación presupuestaria mensual para los departamentos de ventas. El presupuesto mensual estimado es de Q. 136,512.56

Este presupuesto es superior comparado con las otras dos empresas que es la empresa que genera una amplia utilidad y en consecuencia se puede utilizar fondos para las fuerzas de trabajo y de esta forma tener un beneficio mayor.

El presupuesto de ventas para el año 2015 para la empresa 3 es el siguiente:

TABLA XV												
Presupuesto de Ventas Empresa 3; año 2015												
Canal tradicional mensual	Q 102,888.92											
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Dicembre
Promociones de ventas	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34
Impulsadoras	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89	Q 10,288.89
Logística	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34	Q 15,433.34
Premios	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78	Q 20,577.78
Supervisión	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23	Q 25,722.23
Capacitación de clientes	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45
Comisiones	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45
Imprevistos	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45	Q 5,144.45
Total	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92	Q 102,888.92

Fuente. Elaboración propia.

Interpretación

Al estandarizar las empresas y analizarlas en conjunto es fácil determinar la asignación presupuestaria mensual para los departamentos de ventas. Para la empresa 3 el presupuesto mensual estimado es de Q. 102,888.92

Se contemplan los presupuestos de ventas para el grupo y se genera el plan de ventas e incrementar nuestras ventas derivado que se tiene un sólido presupuesto de ventas.

5.5.4 Elaboración del Plan de Ventas

Para elaborar el plan de ventas se hace necesario considerar tres puntos claves:

1. Conozca el producto o servicio: desde las características, es importante verificar sus beneficios.
2. Analice el mercado: la competencia, el segmento que se anuncia con diferentes medios, los beneficios que ofrece, luego se tiene que conocer el segmento al que se dirige la empresa.
3. Identifique la fuerza de ventas: Quiénes son los vendedores, Tienen capacidad para mejorar su productividad y su eficiencia, cómo venden.

Para conocer a la fuerza de ventas debe abordar tres temas:

- ✓ Habilidades
- ✓ Actitudes
- ✓ Aptitudes

Conocido lo anterior, se inicia el plan de ventas:

1. Análisis de la situación de la empresa por medio de índices financieros e historial de ventas del grupo de empresas.
2. Fijar objetivos a cada vendedor con el previo conocimiento del mercado y las cualidades que posee para afrontar su meta. Deben ser específicos, alcanzables, fáciles de comprender y retadores.
3. Definición de estrategias que se utilizan en el plan de mercadeo para ejecutarlo a cabalidad.

4. Programa de actividades, en conjunto con el presupuesto del grupo de empresas, respetar los plazos y montos establecidos.

5. Seguimiento y evaluación, de esta forma se puede realizar correcciones constantes para que las metas trazadas sean alcanzada y superadas.

Conclusiones

1. Se determinó el plazo conveniente para presentar la información del grupo de empresas, así generara toma decisiones oportunas en los departamentos de ventas, en la entidad no existía un parámetro de presentar la información y el departamento de ventas no tiene ningún índice que refleje como mejorar la proyección de su presupuesto.
2. Establecer un procedimiento para determinar que la contabilidad en el se realice con homogenización al momento que opere los registros de sus operaciones y permita su apropiada interpretación.
3. La carencia de información financiera para determinar qué acciones deben tomar en el departamento de ventas, es importante elaborar de los Estados Financiero Consolidados para contribuir y guiar a las gerencias y dirección a tomar decisiones oportunas y correctas.

Recomendaciones

1. Consolidar información financiera de forma trimestral, proporciona la dirección estratégica y tomar decisiones en la entidad. Sera factible alcanzar las metas establecidas y de esta forma se podrá medir de forma constante el rendimiento obtenido y si es necesario podrá corregir de forma inmediata.
2. El proceso de integración de los registros debe tener consistencia en la elaboración de los resultados, deben homogenizarse los estados financieros y eliminar la duplicidad de registro, como lo son las cuentas por cobrar y por pagar interempresas.
3. Mejorar los períodos de presentación de información permite elaborar los planes trimestrales de ventas y verificar la retroalimentación si es posible de realizar a menor plazo, esto ayudaría a enmendar las acciones que se realizan y de esta forma alcanzar las metas esperadas por la dirección.

Referencia

1. Álvarez Melcon. (1999), *Consolidación de Estados Financieros*, Norma, México.
2. Amat Oriol. (2008), *Análisis de Estados Financieros*, (8va. Ed.), Barcelona, España (pp. 367)
3. Barrera Piragauta Luis María (2010), *Consolidación de Estados Financieros* (1era. Ed.), Colombia Bogotá. (pp. 657).
4. Joe Ben Hoyle; Univesity of Richmond (1995), *Contabilidad Avanzada*, compañía Ed. Continental, S.A. de C.V. México, 49-50, (pp.142-150 y 368-373).
5. Ramirez Padilla, David Noel (2002), *Contabilidad Administrativa* (6ta. Ed.) Mc Graw Hill Interamericana de Editores S.A. de C.V. Impreso en Mexico (pp. 601)
6. Rodríguez Ariza, Lazaro (1999) - *Análisis Contable del Equilibrio Financiero de la Empresa* – Imprenta Comercial Motril Granada – Impreso en España (pp.385)
7. Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) (2,009). *Normas Internacionales de Información Financiera para PYMES*.
8. *Enciclopedia Financiera*, (enero 2013) Recuperado de <http://www.encyclopediafinanciera.com/estados-financieros/balance-de-ituacion.htm>
9. *Impresión digital e impresión offset*, Recuperado de <http://www.cromaimpresos.com/impresiones.html>
10. Mariano Latapi Ramirez, *Estado de Variaciones en el Capital Contable*, Mundo contable (noviembre 2011) Recuperado de <http://mcontable.blogspot.com/2011/11/estado-de-variaciones-en-el-capital.html>

Anexos

Anexo I. Modelo de Cuestionario

Cuestionario

Instrucciones: conteste las siguientes preguntas que están orientadas a conocer su percepción de la empresa de donde trabaja.

1. ¿Combinaría usted en una entidad los estados financieros de la controladora y sus controladas línea a línea, se agregan las partidas que representen activos, pasivos, activos netos/patrimonio, ingresos y gastos de contenido similar?

Si

No

2. ¿Considera que los estados financieros consolidados presenten información financiera de la entidad económica como si fuera una sola?

Si

No

3. Según sus conocimientos ¿Se elimina el valor de la inversión de la controladora en libros en cada entidad controlada, así como la porción de los activos netos/patrimonio?

Si

No

4. ¿Eliminaría usted los saldos, transacciones, ingresos y gastos entre entidades que pertenecen al grupo?

Si

No

5. ¿Tiene conocimiento si los estados financieros de la controladora y de sus entidades controladas, utilizados para la elaboración de los estados financieros consolidados, están referidos a la misma fecha de presentación?

Si

No

6. ¿Considera que los estados financieros consolidados se elaborarán y utilizan políticas contables uniformes para transacciones y eventos similares?

Si

No

Anexo II. Modelo de Cuestionario

Cuestionario

Instrucciones: conteste las siguientes preguntas que están orientadas a conocer su percepción de la empresa de donde trabaja.

1. ¿Qué opina de la norma NIIF 10?
2. ¿Es aplicable, aunque no son entidades económicas contralada / controladora?
3. ¿Cómo se aplica la uniformidad en este caso?
4. ¿Qué políticas contables utiliza?
5. ¿Puede hablar de la fecha de presentación de la información?