

TEMA 9.

OTROS ESTADOS CONTABLES.

9.1.

INFORMACIÓN SEGMENTADA.

Cada vez existen mayores exigencias de comunicación. La información segmentada está regulada en el PGC. Es lógico analizar la solvencia de las empresas en cada una de las actividades que realizan. Existen diferentes segmentos que se integran en la empresa, los cuales es necesario definir y analizar.

Cada segmento se puede definir teniendo en cuenta los mercados o el tipo de actividad que realizan las empresas. Siempre habrá que analizar en cada segmento la rentabilidad, el riesgo y las posibilidades de crecimiento de cada uno. Este análisis puede realizarse por:

- Mercado de producción.
- Clientes o mercado de venta.
- Tipos de actividad.

Características de la información segmentada:

- Es **complementaria** a la información agregada, por tanto, no puede sustituirla.
- Es **subjetiva**, por lo que habrá que fijar criterios de determinación de segmentos. El problema reside en la existencia de pronunciamientos que no dan lugar a criterios rígidos.

La subjetividad plantea conflictos en torno a:

- La fijación de precios cuando hay transferencias entre segmentos.
- La asignación de costes comunes a varios segmentos.
- La información segmentada no sirve para realizar comparaciones entre empresas porque los criterios aplicados son elegidos de forma subjetiva por cada empresa.
- Los **principios contables** son los mismos que se aplican en la información agregada.

Segmento significativo: aquel segmento que proporciona información relevante para el usuario, porque recoge actividades de ese segmento y que se diferencian de otros segmentos.

Criterios para la determinación de segmentos significativos:

- **Segmentos por áreas de actividad:** se establecen usando como base diferenciadora un producto, una actividad o un grupo de actividades.
- **Segmentos por áreas geográficas:** se usa como diferencia el área geográfica donde se desarrollan las operaciones.
- **Segmentos por mercados:** teniendo en cuenta los mercados en los que la empresa vende los productos o servicios (no donde se elaboran los productos).
- **Segmentos por divisiones o entidades legales que integran el conglomerado empresarial:** cada empresa del grupo se dedica a una actividad.

La no existencia de normas a nivel UE genera problemas, porque hay empresas que tienen muchos segmentos

o que incurren en errores en su elaboración. Para evitar estas dificultades el FASB establece:

- Límites inferiores para que el segmento sea significativo: los ingresos, los resultados o el activo neto del segmento deben ser iguales o superiores al 10% de los correspondientes al conjunto de la empresa.
- Límites inferiores para los ingresos: los ingresos por ventas a clientes ajenos de todos los segmentos deben ser iguales o superiores al 75% de los de la empresa globalmente considerada.
- El **número máximo de segmentos** establecidos es **10**.

Capacidad predictiva de la información segmentada.

Se ha considerado que la información segmentada aumentaba la calidad, esto se demostrado empíricamente y especialmente para el caso de información sobre ventas.

9.2.

EL INFORME DE GESTIÓN.

Estado contable que incluye información cualitativa y de proyección futura. Tiene un contenido mínimo que incluye:

- Información fiel sobre la evolución de los negocios y la situación de la sociedad.
- Acontecimientos importantes para la sociedad ocurridos después del cierre del ejercicio.
- Estimaciones acerca de la evolución futura de la sociedad.
- Actividades en materia de I+D.
- Adquisición de acciones propias.

9.3.

OTROS ESTADOS CONTABLES.

- **El informe de auditoría.**
- **Estado previsional de tesorería.**
- **Propuesta de distribución de resultados** (punto 3 de la Memoria).
- **Estado de Variación de Fondos Propios** (punto 10 de la Memoria).
- **Estado de Garantías Comprometidas con terceros** (punto 16 de la Memoria).

AEC tema 9 Otros Estados Contables