

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

"SISTEMA CONTABLE Y TRIBUTARIO
EN UNA EMPRESA DE RADIODIFUSION"

TESIS

PRESENTADA A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

POR

LUIS ALBERTO DOMINGUEZ JUAREZ

Previo a conferírsele el Título de

CONTADOR PUBLICO Y AUDITOR

En el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, mayo de 1994

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

DL
03
T(1478)

MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Lic. Jorge Eduardo Soto	DECANO a.i.
Lic. Manuel de Jesús Zetina Puga	SECRETARIO
Lic.	VOCAL 1o.
Lic. Josué Efraín Aguilar Torres	VOCAL 2o.
Lic. Víctor Manuel Rivera Barrios	VOCAL 3o.
P.C. Oswaldo Ciriaco Ixcayau López	VOCAL 4o.
P.C. Fredy Orlando Mendoza López	VOCAL 5o.

TRIBUNAL QUE PRACTICO
EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

Presidente	Lic. Carlos Augusto Carrera López
Secretario	Lic. Fernando Fernández Rodas
Examinador	Lic. Roberto Salazar Casiano
Examinador	Lic. Jorge Orlando Recinos
Examinador	Lic. Enrique Cifuentes Cifuentes

LIC. SERGIO LUIS PINEDA SANDOVAL
Contador Público y Auditor
24 Ave. 17-72, zona 10
Casa A-1 Residencial 10
Teléfono: 374008

Abril 28, 1994

Licenciado
Gilberto Batres Paz
Decano, Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad

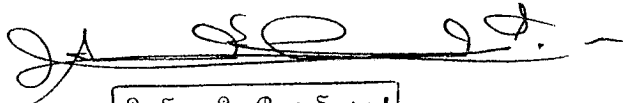
Estimado Licenciado Batres:

De acuerdo al honroso nombramiento que me fue brindado, procedí a asesorar el trabajo de tesis presentado por el señor Luis Alberto Domínguez Juárez, previo a su investidura como Contador Público y Auditor en el grado de Licenciado.

La Tesis desarrollada por el señor Domínguez Juárez se intitula "Sistema Contable y Tributario en una empresa de Radiodifusión" constituye, en mi opinión, un valioso trabajo que reúne los aspectos más importantes a considerar por la industria de la Radiodifusión en Guatemala. Adicionalmente, contiene algunos comentarios del autor sobre los beneficios que podría traer consigo la estandarización en la observancia del sistema contable y tributario de las empresas de radiodifusión en nuestro medio.

En mi opinión, el trabajo de tesis en referencia reúne a satisfacción los requisitos exigidos para que sea discutida en el examen general público, que debe sustentar el señor Luis Alberto Domínguez Juárez, previo a su graduación como Contador Público y Auditor.

De usted muy atentamente,



Lic. Sergio Luis Pineda Sandoval
CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR
COLIGADO ACTIVO No. 2863

SLPS/cmc

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

Edificio "S-3"
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS:
GUATEMALA, DIECISIETE DE JUNIO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA
Y CUATRO

Con base en el dictamen emitido por el Licenciado Sergio Luis Pineda Sandoval, quien fuera designado Asesor y la opinión favorable del Director de la Escuela de Auditoría, se acepta el trabajo de Tesis denominado: "SISTEMA CONTABLE Y TRIBUTARIO EN UNA EMPRESA DE RADIODIFUSION", que para su graduación profesional presentó el estudiante LUIS ALBERTO DOMINGUEZ JUAREZ, autorizándose su impresión.-----

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


LIC. MANUEL DE JESUS ZETINA PUGA
SECRETARIO




LIC. JORGE EDUARDO SOTO
DECANO a. i



ACTO QUE DEDICO:

- A DIOS TODO PODEROSO

- A MIS PADRES
EDUARDO DOMINGUEZ PEREIRA (Q.E.P.D.)
MARIA LUISA JUAREZ VDA. DE DOMINGUEZ

- A MI ABUELITA
LUCINDA VDA. DE JUAREZ (Q.E.P.D.)

- A MIS HERMANOS
CARLOS ENRIQUE, MARIA ELENA, MIGUEL ANGEL,
CARMEN ALICIA, OTTO RENE

- A MI ESPOSA
MIRTA GEORGINA

- A MIS HIJOS
NANCY KARINA, NIDIA LORENA, EDUARDITO Y LUISITO

- A TODA MI DEMAS FAMILIA

- A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I

1. LA RADIODIFUSION EN GUATEMALA

	Página
1.1 Antecedentes Históricos	01
1.2 La Radiodifusión en Guatemala	02
1.3 Radiodifusión Comercial y Radiodifusión Cultural	03
1.3.1 Emisoras Oficiales	04
1.3.2 Emisoras Culturales	04
1.3.3 Emisoras Comerciales	05
1.4 Tipos de Organización	07
1.4.1 Principales Características de la Sociedad Anónima	08
1.4.2 Principales Características de la Sociedad de Responsabilidad Limitada	10
1.4.3 Empresas Individuales	12
1.4.4 Ventajas de la Sociedad Anónima	13
1.4.5 Desventajas de la Sociedad Anónima	14
1.4.6 Ventajas de la Sociedad de Responsabilidad Limitada	15
1.4.7 Desventajas de la Sociedad de Responsabilidad Limitada	15

CAPITULO II

2. FRECUENCIAS DE RADIO

2.1 Concepto de Frecuencia	17
2.2 Tipos de Frecuencias	17

2.2.1 Amplitud Modulada (A.M.)	17
2.2.2 Frecuencia Modulada (F. M.)	18

CAPITULO III

3. SISTEMAS DE CONTABILIDAD

3.1 Sistema de lo Devengado	21
3.2 Sistema de lo Percibido	22
3.3 Sistema Mixto o Combinado	24
3.4 Sistema de Contabilidad Utilizado por las Empresas de Radiodifusión	26

CAPITULO IV

4. MANUAL DE CONTABILIDAD Y CATALOGO DE CUENTAS

4.1 Manual de Contabilidad	29
4.1.1 Concepto General de Manual	29
4.1.2 Concepto de Manual Contable	29
4.1.3 Contenido del Manual Contable	29
4.1.4 Descripción de las Cuentas	32
4.1.5 Jornalización de las Principales Operaciones	48
4.1.6 Estados Financieros	49
4.1.7 Departamento de Caja	50
4.1.8 Departamento de Facturación y Tráfico de Anuncios (Pauta)	52
4.1.9 Departamento de Cobros	52
4.1.10 Departamento de Repuestos y Mantenimiento	53
4.1.11 Políticas Contables	53
4.1.12 Catálogo de Cuentas	54

4.1.13 Catálogo de Auxiliares Contables	58
---	----

CAPITULO V

5. IMPUESTOS

5.1 Conceptos de Impuestos	61
5.2 Clasificación de los Impuestos	63
5.3 Impuestos directos e Indirectos	63
5.3.1 Impuestos Directos	64
5.3.2 Impuestos Indirectos	64
5.4 Impuestos a que están afectas las empresas de Radiodifusión	64
5.4.1 Impuesto sobre la Renta (I.S.R.)	66
5.4.2 Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.)	77
5.4.3 Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolo	82
5.4.4 Ley del Impuesto sobre Circulación de Vehículos	84
5.4.5 Ley del Impuesto Unico sobre Inmuebles	86
5.4.6 Ley de Radiocomunicaciones	88
5.4.7 Disposiciones del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social	93
5.4.8 Ley de Incentivos Fiscales a Los Medios de Comunicación Social	95
5.4.9 Ley del Instituto de Previsión Social del Periodista	99
5.4.10 Ley del Instituto de Previsión Social del Artista Guatemalteco	101
5.4.11 Código de Trabajo	102
5.4.12 Código Tributario	105

5.4.13 Ley de Bonificación Anual Para Trabajadores del Sector Privado y Público	107
5.4.14 Bonificación Incentivo Para Trabajadores del Sector Privado	108
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	113
BIBLIOGRAFIA	115
ANEXO No. 1	
ANEXO No. 2	

I N T R O D U C C I O N

La profesión de Perito Contador me ha dado la oportunidad de formar parte del departamento de contabilidad de algunas empresas de radiodifusión. Trabajando como contador me pude dar cuenta de la necesidad de elaborar un manual contable para ser utilizado en este tipo de empresas, de ahí nació la inquietud de trabajar mi tesis sobre el sistema contable y tributario de las empresas que se dedican a la radiodifusión.

La presente tesis es el resultado de la experiencia, investigación y recopilación de información que se refiere al sistema de contabilidad que utilizan las empresas de radiodifusión, así mismo las formas de organización, haciendo énfasis en la Sociedad Anónima que se considera es la forma más común de organización no sólo de las empresas de radiodifusión, sino de cualquier otro tipo de empresa comercial.

En el primer capítulo se presenta una breve historia de la radiodifusión tanto a nivel mundial como a nivel nacional, mencionando a las personas que dieron los primeros pasos para hacer una realidad la radiodifusión.

Así mismo se hace referencia a la radiodifusión comercial y a la cultural dando una explicación de lo que se entiende por emisoras oficiales, emisoras culturales y emisoras comerciales. También se tratan en este capítulo las formas de organización de las empre-

sas de radiodifusión, comentando las principales características, las ventajas y las desventajas de las Sociedades Anónimas y las Sociedades de Responsabilidad Limitada, que son las que según la investigación se utilizan con más frecuencia para organizar empresas de radiodifusión.

El capítulo segundo contiene los conceptos de frecuencia, así como una breve descripción de las dos frecuencias más conocidas en nuestro medio, la A. M. (Amplitud Modulada) y la F. M. (Frecuencia Modulada).

En el capítulo tercero se tratan los sistemas de contabilidad de Lo Devengado, de Lo Percibido y Mixto o Combinado, dando una explicación lo más amplia posible y haciendo mención de los aspectos legales y de las características de cada uno de ellos, finalizando con un comentario del sistema que utilizan las empresas de radiodifusión.

En el capítulo cuarto se enfoca lo relacionado con el manual contable. Se presentan los conceptos de Manual en sentido amplio y de Manual Contable, se describen las partes de que consta el mismo, dándole mayor énfasis a: la Descripción de las Cuentas, Journalización de las principales operaciones y los Estados Financieros, en cuanto a la presentación y las instrucciones generales, se hace mención de lo que significan.

Se presenta la descripción de las cuentas, dando a conocer en qué

momento y por qué conceptos se cargan o se abonan así como de lo que significa su saldo. Esta descripción se efectúa para las cuentas de Activo, Pasivo, Capital, Costo de Producción, Gastos de Operación, Productos, Otros Gastos y Otros Productos.

Así mismo se presentan ejemplos de las principales partidas de diario que se efectúan en una empresa de radiodifusión y también ejemplos de los Estados Financieros y anexos que se deben presentar mensualmente a la Gerencia de la empresa, para que se puedan tomar las decisiones oportunas y adecuadas.

Se consideró importante incluir una descripción de los pasos a seguir en los departamentos de caja, facturación, tráfico de anuncios, cobros y mantenimiento, con el fin de ayudar a lograr la eficiencia administrativa.

Para finalizar, en el cuarto capítulo se presenta un ejemplo de una nomenclatura contable adaptada para ser utilizada en una empresa de radiodifusión.

En el capítulo quinto se presenta un análisis de las leyes tributarias que constituyen la reforma tributaria que entró en vigor el primero de julio de mil novecientos noventa y dos y que son: El Impuesto sobre la Renta, El Impuesto al Valor Agregado, y El Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolo, se mencionan los artículos que se considera tienen relación con las empresas de radiodifusión.

Además de las leyes anteriores se presentan algunos artículos de las siguientes leyes: Impuesto sobre Circulación de Vehículos, Impuesto Unico sobre Inmuebles, Ley de Radiocomunicaciones, Disposiciones del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, Instituto de Previsión Social del Periodista, Incentivos Fiscales a los Medios de Comunicación Social, Ley del Instituto de Previsión Social del Artista Guatemalteco, Código de Trabajo, Código Tributario, Ley de Bonificación Anual Para Trabajadores del Sector Público y Privado y Bonificación Incentivo Para Trabajadores del Sector Privado.

Con la aplicación del contenido de este trabajo se facilitará el resumen, registro e información de las operaciones de estas empresas y se mejorará el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

C A P I T U L O I

LA RADIODIFUSION EN GUATEMALA

1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

"La radiodifusión surgió como producto de un sin número de inventos. Entre los hombres de ciencia que en una u otra forma contribuyeron al nacimiento de la radio están: Maxwell quién en 1860 descubrió como la electricidad se mueve en ondas. Henrich Hertz quién en 1887 logró producir ondas electromagnéticas y demostró como son en longitud y frecuencia y por último Guillermo Marconi, que utilizando las ideas de Hertz envió las primeras señales de radio mediante ondas electromagnéticas a corta distancia y en el año 1901 hizo transmisiones a través del Atlántico, lo cual fué posible porque la ionósfera, capa que existe en la parte superior de la atmósfera, reflejó sus señales a la tierra." ¹

En su etapa inicial los radioaficionados jugaron un papel muy importante, ya que éstos contribuyeron al rápido crecimiento de la radiodifusión.

Fue hasta después de la primera guerra mundial cuando se introdujo la radio en los hogares debido a la transición que se operó del te légrafo al teléfono y fue el Doctor Frank Conrad el hombre que dio a la radio el impulso como entretenimiento, quién con su aparato de radio reemplazó la clave morse por un micrófono y como producto de este cambio en vez de puntos y rayas obtuvo música. Conrad uti

¹ Charles S. Steinberg y Williams Bluen "Los Medios de Comunicación Social" 2a. Edición, México, Editorial El Roble 1972, página 261

lizó en sus emisiones, el piano, el fonógrafo y los discos a su alcance y a partir de ese momento pudo captar de todas partes, sonidos voces y música.

1.2 LA RADIODIFUSION EN GUATEMALA

Del nacimiento de la radio en Guatemala se puede mencionar al señor Julio Caballeros como uno de los iniciadores de esta actividad, ya que como resultado de los estudios que realizó en estos aratos se convirtió en un verdadero técnico en radio.

En 1929 siendo radio-operador en jefe, el técnico Julio Caballeros de la estación de radio telegrafía, aprovechando sobrantes de la telegrafía y adquiriendo por su cuenta lo que le faltaba, había armado una radiodifusora.

La radiodifusión era prácticamente desconocida por esos días en Guatemala, excepto por unas que otras personas que poseían un radio receptor, unas veces traído del extranjero y otras comprado como verdadera curiosidad en algún almacén local.

Así cuando Julio Caballeros lanzó al aire su emisora, corrió un indescriptible entusiasmo en toda la ciudad y en algunos otros poblados del país en los que tuvieron la suerte de escucharla. Se menciona entre los primeros locutores de aquella emisora a Federico González Campo, Jorge Toriello Garrido y Miguel Angel Mejicano Novales.

Esta primera emisora nacida en Guatemala, llevaba las siglas TGA, posteriormente cambió sus siglas por las de TGW llamándose La Voz de Guatemala, esto ocurrió hacia el año de 1930.

Como sucede con toda actividad, cuando se ve el éxito que obtienen los primeros, nace en otras personas el deseo y la inquietud de dedicarse a esa misma actividad incluyéndole cambios para lograr mejorar a los pioneros.

Fue así como el 24 de julio de 1931 se autorizó la primera emisora particular del país, dirigida por don Guillermo Andrew Corzo, que era un destacado hombre de teatro y se destacó como un gran locutor, el nombre de esta emisora fue TGC-Vidaris.

Posteriormente fueron naciendo más emisoras de radio hasta llegar en la actualidad a existir alrededor de 165 emisoras.

1.3 RADIODIFUSION COMERCIAL Y RADIODIFUSION CULTURAL

Resulta un poco difícil tipificar una programación comercial y una programación cultural, debido a que es fácil afirmar que prácticamente todos los programas de radio tienen un potencial educativo, ya que transmiten mensajes cargados de cultura en el sentido amplio de esta palabra, por consiguiente los radio-oyentes pueden aprender algo con cualquier programa, exepcto de las programaciones que incluyen únicamente música.

Sin embargo las emisoras y sus programaciones pueden clasificarse

en los siguientes tres grupos:

1. Emisoras Oficiales
2. Emisoras Culturales
3. Emisoras Comerciales.

1.3.1 EMISORAS OFICIALES

"Estas emisoras basan su programación en aspectos relacionados con servicios a la comunidad, difusión de todo lo concerniente con el Gobierno, noticias oficiales y aspectos de la cultura en general, dándole mayor énfasis al folklore que identifica a su país y su pueblo.

Estas emisoras, dadas sus características programativas no son ampliamente escuchadas." ²

1.3.2 EMISORAS CULTURALES

"Se les llama así a aquellas radiodifusoras que dedican su programación a ciertos aspectos de la cultura y que hacen de ella su especialidad".³ Estas emisoras obtienen los ingresos para su sostenimiento por medio de aportes de instituciones nacionales o internacionales, ya que una de sus características principales es la no transmisión de anuncios.

² Jimmy García Camarzo, La Radio Por Dentro y Por Fuera, Editorial Crespal, Quito Ecuador 1980, página 293.

³ IBID, página 296

1.3.3 EMISORAS COMERCIALES

"Estas empresas son de carácter privado y explotan las frecuencias que el Estado les otorga mediante concesiones especiales. Su principal y única fuente de ingresos es la publicidad y por lo tanto entran en libre juego de la oferta y la demanda en abierta competencia." ⁴

En base a lo anterior se puede decir que en nuestro medio la radio difusión comercial es ejercida por las empresas de radio privadas y la radiodifusión cultural es ejercida por las emisoras estatales y las institucionales.

Las radiodifusoras privadas de nuestro país tienen dentro de sus programaciones música popular, deportes e información noticiosa, la cual cumple con la finalidad de proporcionar diversión y entretenimiento a la comunidad. Por tratarse de empresas privadas es lógico que se dediquen a explotar la actividad radiofónica con fines de producir ganancias económicas, lo cual hace que las programaciones normalmente excluyan programas culturales, educativos y música de marimba, pues son los menos escuchados y por ende los menos elegidos por los anunciantes para divulgar sus productos o servicios. Esto los obliga prácticamente a que incluyan únicamente programas populares que son los más escuchados por la población.

Las emisoras estatales en algún tiempo transmitieron anuncios co-

⁴ IBID. página 297

merciales y se sostenían tanto del aporte del Gobierno como de los ingresos por la publicidad comercial, sin embargo con la Ley de Radiocomunicaciones, Decreto No. 433 en su artículo 30, se prohibió que las emisoras del estado transmitieran anuncios comerciales.

Las emisoras del estado han sido las que transmiten programas culturales debido a que es el Gobierno el que las sostiene económicamente y éste es el obligado a velar por la educación y la divulgación de nuestra cultura, costumbres, historia, etc. Esto no significa que las emisoras estatales no puedan transmitir deportes o programas musicales.

En cuanto a las emisoras privadas también tienen la obligación de transmitir programas culturales y de música nacional, sin embargo son muy pocas las que tienen incluido algún programa de esta naturaleza dentro de su programación, que si se refleja con un porcentaje de tiempo, sería algo que no resulta significativo.

Al hablar de radiodifusión comercial se pretende dar la idea de las programaciones que van dirigidas a la audiencia, con la finalidad de lograr o despertar en ella el interés por escucharlas y con ello ofrecer a los anunciantes una cobertura que les garantice la venta de sus productos, es decir que estas programaciones persiguen el lucro y no dejan en el radioescucha más que el hecho de haber pasado un rato de descanso y de solás esparcimiento.

Por otro lado las programaciones culturales tratan siempre de lle-

var diversión y distracción pero sobre la base de programas de contenido educativo que dejan en el radioescucha conocimientos acerca de la ciencia, avances tecnológicos, historia de los pueblos, costumbres, religiones, etc.

1.4 TIPOS DE ORGANIZACION

Las empresas de radiodifusión igual que cualquier otra empresa, pueden organizarse individualmente o bajo la forma de una sociedad mercantil, de las que están contempladas en el Código de Comercio de la República de Guatemala.

Se ha podido comprobar que en la actualidad la forma de organización más común es la Sociedad Anónima, pues la mayoría de las empresas de radiodifusión se organizan de esta manera. En segundo término están las organizadas bajo la forma de Sociedades de Responsabilidad Limitada y por último las empresas individuales.

En cuanto a las que se organizan como Sociedades Anónimas están la mayoría de las empresas de reciente fundación, es decir hablando de unos ocho años a la fecha, ya que este tipo de sociedad ofrece ventajas que más adelante se describen. En lo que se refiere a las Sociedades de Responsabilidad Limitada, se pueden mencionar aquellas emisoras de radio que se organizaron hace unos quince, veinte o mas años, pues era en ese entonces una forma muy común de organización.

Finalmente están las empresas individuales, las que siguen creán-

dose aunque en menor escala, pues la tendencia de los comerciantes es la de asociarse para lograr la reunión de grandes capitales que permitan la adquisición de los equipos de transmisión, que por ser importados han alcanzado valores muy altos debido a la inflación y a la devaluación técnica de nuestra moneda.

No obstante lo mencionado en los párrafos anteriores, el Código de Comercio de la República de Guatemala contempla otros tipos de sociedades, las cuales únicamente se mencionan pues se puede decir que para organizar las empresas de radiodifusión no se han utilizado, tales como:

- La Sociedad Colectiva
- La Sociedad en Comandita Simple
- La Sociedad en Comandita por Acciones

A continuación se describen algunas características de la Sociedad Anónima y de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, por ser las más utilizadas por las empresas de radiodifusión.

1.4.1 PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA SOCIEDAD ANONIMA

SOCIEDAD ANONIMA: Es la que tiene el capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiera suscrito. (Artículo 86 Código de Comercio).

DENOMINACION: La Sociedad Anónima se identifica con una denominación, la que podrá formarse libremente con el agregado obligatorio de la leyenda: Sociedad Anónima, que podrá abreviarse S. A.

La denominación podrá contener el nombre de un socio fundador o los apellidos de dos o más de ellos, pero en este caso, deberá igualmente incluirse la designación del objeto principal de la sociedad. (Artículo 87 Código de Comercio).

CAPITAL AUTORIZADO: El capital autorizado de una sociedad anónima es la suma máxima que la sociedad puede emitir en acciones, sin necesidad de formalizar un aumento de capital. El capital autorizado podrá estar total o parcialmente suscrito al constituirse la sociedad y debe expresarse en la escritura constitutiva de la misma. (Artículo 88 Código de Comercio).

CAPITAL SUSCRITO: En el momento de suscribirse acciones es indispensable pagar por lo menos el veinticinco por ciento (25%) de su valor nominal. (Artículo 89 Código de Comercio).

CAPITAL PAGADO MINIMO: El capital pagado inicial de la sociedad anónima debe ser por lo menos de cinco mil quetzales (Q. 5,000.00). (Artículo 90 Código de Comercio).

APORTACIONES EN ESPECIE: Las acciones podrán pagarse en todo o en parte mediante aportaciones en especie, en cuyo caso se estará a lo dispuesto en el artículo 27 del Código de Comercio. (Artículo

91 Código de Comercio).

APORTACIONES EN EFETIVO: Las aportaciones en efectivo deberán depositarse en un banco a nombre de la sociedad y en la escritura constitutiva el Notario deberá certificar este extremo. (Artículo 92 Código de Comercio).

1.4.2 PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA: Es la compuesta por varios socios que sólo están obligados al pago de sus aportaciones. Por las obligaciones sociales responde únicamente el patrimonio de la sociedad, en su caso, la suma que además de las aportaciones con venga la escritura social.

El capital estará dividido en aportaciones que no podrán incorporarse a títulos de ninguna naturaleza ni denominarse acciones. (Artículo 78 Código de Comercio).

NUMERO DE SOCIOS: El número de los socios no podrá exceder de veinte. (Artículo 79 Código de Comercio).

RAZON O DENOMINACION SOCIAL: La sociedad girará bajo una denominación o bajo una razón social. La denominación se formará libremente, pero siempre hará referencia a la actividad social principal. La razón social se formará con el nombre completo de uno de

los socios o con el apellido de dos o más de ellos. En ambos casos es obligatorio agregar la palabra Limitada o la leyenda y Compañía Limitada, las que podrán abreviarse Ltda. o y Cía. Ltda., respectivamente.

Si se omiten esas palabras o leyendas, los socios responderán de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales. (Artículo 80 Código de Comercio).

APORTACION INTEGRAL DEL CAPITAL: No podrá otorgarse la escritura constitutiva de la sociedad, mientras no conste de manera fehaciente que el capital ha sido íntegra y efectivamente pagado.

Si se otorga la escritura constitutiva sin esa circunstancia, el contrato será nulo y los socios serán ilimitada y solidariamente responsables de los daños y perjuicios que por tal razón se causaren a terceros. (Artículo 81 Código de Comercio).

NO HAY SOCIO INDUSTRIAL: En esta forma de sociedad, no podrá haber socio industrial. (Artículo 82 Código de Comercio).

DERECHO DE VIGILANCIA: Salvo que en la escritura social se hubiera constituido un consejo de vigilancia, cada socio tiene el derecho a obtener de los administradores informe del desarrollo de los negocios sociales y a consultar los libros de la sociedad. Es nulo pacto en contrario. (Artículo 83 Código de Comercio).

NOMBRE EN LA RAZON SOCIAL: Cualquier persona extraña a la sociedad que haga figurar o permita que figure su nombre en la razón social, responderá de las operaciones sociales hasta por el monto de la mayor de las aportaciones. (Artículo 84 Código de Comercio).

1.4.3 EMPRESAS INDIVIDUALES

Una empresa es individual cuando una persona natural inscribe una empresa en el Registro Mercantil bajo un nombre comercial y en el cual el capital es propiedad únicamente de esa persona.

CAPACIDAD: Tienen capacidad para ser comerciantes, las personas inviduales y jurídicas que, conforme el Código Civil son hábiles para contratar y obligarse. (Artículo 6 Código de Comercio).

A continuación únicamente se describen los otros tipos de Sociedades que regula el Código de Comercio, debido a que se puede asegurar que han caído en desuso.

SOCIEDAD COLECTIVA: Es la que existe bajo una razón social y en la cual todos los socios responden de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales. (Artículo 59 Código de Comercio).

SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE: Es la compuesta por uno o varios socios comanditados que responden en forma subsidiaria, ilimitada y solidaria de las obligaciones sociales; y por uno o varios socios comanditarios que tienen responsabilidad limitada al monto de su

aportación. Las aportaciones no pueden ser representadas por títulos o acciones. (Artículo 68 del Código de Comercio).

SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES: Es aquella en la cual uno o varios socios comanditados responden en forma subsidiaria, ilimitada y solidaria por las obligaciones sociales y uno o varios socios comanditarios tienen la responsabilidad limitada al monto de las acciones que han suscrito, en la misma forma que los accionistas de una Sociedad Anónima. Las aportaciones deben estar representadas por acciones. (Artículo 195 del Código de Comercio)

1.4.4 VENTAJAS DE LA SOCIEDAD ANONIMA

1. La responsabilidad es limitada. Conforme el artículo 86 del Código de Comercio los accionistas responden únicamente por el importe de las acciones que hubieren suscrito.

2. Acciones transferibles. Los accionistas pueden comprar o vender acciones pertenecientes a una sociedad anónima, sin interferir con la administración del negocio, salvo los avisos y la autorización que establece el artículo 117 del Código de Comercio.

3. Independencia entre la administración y el patrimonio. Se señala como una ventaja, la separación de las funciones de la dirección y los derechos de los accionistas representados por su inversión en el negocio, máxime cuando como en el caso de Guatemala, los administradores pueden ser o no socios, ésta disposición le-

gal, presenta la oportunidad de escoger las personas más idóneas para los cargos.

4. Vida permanente. El término de la sociedad se fija en la escritura social, pero éste no se ve afectado como en el caso de una sociedad colectiva, por la muerte de uno de sus accionistas. La anónima como tal es independiente de sus propietarios.

5. Personalidad legal. Como persona jurídica independiente de sus propietarios la anónima puede adquirir propiedades, celebrar contratos, enjuiciar y ser enjuiciada. De acuerdo al artículo 164 del Código de Comercio, la representación legal estará a cargo de "el administrador en su caso, a menos que otra cosa disponga la escritura constitutiva".

6. Facilidad para captación de recursos. El número de accionistas no es limitado, ello permite el desarrollo de empresas de gran magnitud, mediante la inversión de varias personas, para reunir cuantiosos capitales.

7. Para propósitos de herencia es más práctico heredar acciones en relación a intestados.

1.4.5 DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD ANONIMA

1. La sociedad como persona jurídica, es sujeto de gravamen y puede enderezarse cualquier acción en su contra directamente.

2. Su forma de organización y la complejidad de su estructura administrativa elevan sus costos.

3. Restricción para obtener créditos, hasta el monto del capital pagado, en virtud de que solamente con éste puede responder ante terceros.

1.4.6 VENTAJAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1. Como en la anónima, ningún socio asume responsabilidad por encima de su aportación.

2. Podrá constituirse con solamente dos socios, conforme la legislación guatemalteca el número de socios no podrá exceder de veinte.

3. Existe flexibilidad para la distribución de ganancias y retiros de efectivo.

4. Todo socio podrá hacerse representar por otra persona, en las juntas convocadas por los directores, siempre que exista mandato judicial o carta poder.

1.4.7 DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1. Existe prohibición expresa de que en esta clase de sociedades, participe un socio industrial.

2. Sin previa verificación de que el capital ha sido efectiva y totalmente pagado, no podrá autorizarse la escritura social. Si no se cumpliera con este requisito, el contrato será nulo y la responsabilidad de los socios ilimitada y solidaria por los daños y perjuicios ocasionados a terceros.

Para concluir el presente capítulo, se puede afirmar que para las empresas de radiodifusión se considera que la forma de organización más aconsejable es la Sociedad Anónima, debido a que con frecuencia las empresas son familiares, es decir que los dueños son miembros de la misma familia y una gran ventaja de este tipo de sociedad, es que la participación está representada por acciones y éstas son transferibles sin mayor problema. Las acciones nominativas son transferibles mediante endoso del título que el interesado, para que se le tenga como accionista, hará registrar en el libro correspondiente. Las acciones al portador son transferibles por la mera tradición.

C A P I T U L O I I

2. FRECUENCIAS DE RADIO

2.1 CONCEPTO DE FRECUENCIA

"Frecuencia es el número de vibraciones por segundo que determina un impulso eléctrico para que las ondas se desplacen a través del espacio, llegando al receptor con ese mismo número de vibraciones." ⁵

Frecuencia es una repetición reiterada de una cosa, oscilaciones y vibraciones, número de oscilaciones que se producen durante una unidad de tiempo.

Este fenómeno vibratorio en su propagación en el espacio ha recibido el nombre de onda electromagnética u onda de radio.

A las ondas se les conoce también como ondas Hertzianas debido a que su descubridor fue Henrich Hertz.

2.2 TIPOS DE FRECUENCIAS

Existen fundamentalmente dos tipos de frecuencias de radio que son la amplitud modulada y la frecuencia modulada.

2.2.1 AMPLITUD MODULADA (A.M.)

Es el proceso de hacer variar alguna o algunas de las características de una onda en función de otra onda o magnitud que se

⁵ IBID, página 5.

desea transmitir, la primera se llama portadora y la segunda se llama moduladora.

2.2.2 FRECUENCIA MODULADA (F.M.)

Son ondas producidas por oscilaciones persistentes en emisión continua y por lo tanto a frecuencia fija y con una amplitud constante, puede ser variada o interrumpida por medio de un manipulador telegráfico, se utiliza mucho en radiofonía y televisión.

La F. M. es un sistema de propagación de las ondas que, con el mismo principio de la A. M., logra reducir el ciclo de vibraciones eléctricas, haciendo más rápida su propagación. Da mucha más fidelidad y pureza al sonido, con menos potencia y menores áreas de cubrimiento pero con mucha más nitidez y calidad, ya que es más fácil controlar los ruidos y los efectos extraños que dañan el mensaje sonoro.

En nuestro país la distribución de las frecuencias está efectuada de la siguiente manera:

De 20 kilociclos a 535 kilociclos son destinadas para las transmisiones gubernamentales y comerciales.

De 535 kilociclos a 1,600 kilociclos está destinada a la actividad comercial y es llamada también Onda Larga.

De 1,605 kilociclos a 54 megaciclos está destinada para navegación, aficionados, banda ciudadana y policía.

De 54 megaciclos a 85 megaciclos para la televisión.

De 88 megaciclos a 108 megaciclos para la frecuencia modulada.

De 108 megaciclos a 300 megaciclos para la televisión, aficionados, aviación gobierno y policía.

"El equipamiento técnico básico de una estación de radio, sin contar el elemento humano se compone de dos tipos de equipos que se llaman "La Baja Frecuencia" y "La Alta Frecuencia".

Los equipos de "Baja Frecuencia" son los que tienen como función la generación, captación y manejo de la señal que va a ser transmitida, principalmente micrófonos, platos, tocadiscos, consola, líneas telefónicas y microfónicas, unidades móviles, etc.

Una vez generada la señal de audio, se transmite a través de radioenlace al transmisor, encargado de hacer llegar la señal a los receptores a través del eter, entrando así en los equipos de Alta Frecuencia.

En la radiocomunicación la unidad de medida es el ciclo que se conoce también como un hertz, es decir un ciclo es igual a un hertz.

Al referirse a un número mayor de ciclos se utilizan las palabras kilo y mega que significan lo siguiente:

Kilo es igual a miles; mega es igual a millones que unido a la palabra ciclo significa: kilociclo (mil ciclos) y megaciclos (un millón de ciclos).

También se pueden utilizar las palabras kilohertz o megahertz que significan efectivamente lo mismo que kilociclo o megaciclo.

C A P I T U L O I I I

3. SISTEMAS DE CONTABILIDAD

El registro de la contabilidad, dependiendo de la época o fecha en que se perciba el pago de la mercadería o del servicio o se efectúe el pago de los gastos o de la compra de mercaderías o servicios recibidos, puede efectuarse de las siguientes formas:

1. Sistema de lo devengado
2. Sistema de lo percibido
3. Sistema Mixto o Combinado (Del efectivo modificado)

Cualquiera de los dos primeros sistemas que se utilice tendrá consecuencia directa sobre los gastos, ya que si para registrar la venta se utiliza determinado sistema, para el registro de los gastos debe utilizarse el mismo sistema, en lo que respecta al tercero como su nombre lo indica es una combinación de los dos primeros sistemas.

En muchos libros de texto se habla de métodos tanto de lo devengado como de lo percibido, en este trabajo se le ha dado el nombre de sistemas, tomando como guía el artículo 47 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (Decreto 26-92) que se refiere a los Sistemas de Contabilidad.

3.1 SISTEMA DE LO DEVENGADO

La contabilidad cuantifica en términos monetarios, las opera-

ciones que una empresa realiza con otras empresas. Las operaciones comerciales normalmente comprenden una serie de actividades como la compra de materia prima, elaboración del producto, cobro del importe de la venta o si se trata de empresas de servicios, la prestación del servicio y su posterior cobro.

Todas las actividades se efectúan con el propósito de producir ingresos y es por medio de la venta el momento en el cual se considera que se realiza el ingreso no importando que la venta sea al contado o al crédito.

En cuanto a los costos y gastos también tienen que ser tomados o aplicados al período al cual corresponden, no importando la fecha de pago, es decir que deben de relacionarse con la venta o facturación que los origina. Es claro que es muy difícil poder aplicar todos los gastos al período que corresponden, es así como algunos gastos se operan en otro período pero éstos no deben ser significativos.

Al Sistema de Contabilidad de lo Devengado también se le conoce como Contabilidad sobre Base de Acumulación y es el sistema que recomienda la teoría contable, ya que cumple con la totalidad de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

3.2 SISTEMA DE LO PERCIBIDO

En este sistema la contabilidad es registrada de la siguiente

forma:

En cuanto a las ventas o servicios éstos se registran conforme se recibe el efectivo, en ese momento se efectúa la facturación y los gastos se registran en el período en que se efectúa el pago de los mismos.

Al Sistema de Contabilidad de lo Percibido también se le conoce como Contabilidad a Base de Efectivo. Según se deduce de lo anteriormente mencionado, este sistema aplicado a los ingresos y egresos de una empresa tiene el inconveniente que no establece una correspondencia adecuada entre los mismos, ya que en la determinación de utilidades no se consideran los gastos que sirvieron para generar los ingresos correspondientes, es decir que en este sistema no importa cuando se generan los ingresos o se incurre en los gastos, la realización de los mismos depende de la fecha de los flujos de efectivo correspondientes.

El Sistema de Contabilidad de lo Percibido o Contabilidad a Base de Efectivo, no cumple con ciertos principios de contabilidad, los que se describen a continuación:

PERIODO CONTABLE

Se dice que este principio de contabilidad no es cumplido por este sistema, debido a que los eventos económicos no se identifican con el período en que incurren y los costos y gastos no se identifican con los ingresos que los han originado.

REALIZACION

Este principio de contabilidad dice que la contabilidad considera realizadas las operaciones y eventos económicos cuando se han efectuado, lo que significa que no deben diferirse de un ejercicio a otro. Por lo que este principio no se cumple.

CONSERVATISMO

Se considera que en este sistema se adopta un criterio demasiado conservador de lo normal en los ingresos; pero no en los gastos, como es sabido las utilidades bajo este sistema se diferieren es decir que no se registran como tales al realizarse el negocio. Por otro lado no se registran todos los gastos en los cuales una entidad ha incurrido.

En la actualidad las empresas que utilizan este sistema de contabilidad son las que trabajan en base al sistema de ventas a plazos en las cuales se reconoce la utilidad de la venta, conforme se va recuperando su valor en los pagos parciales que se reciben.

3.3 SISTEMA MIXTO O COMBINADO

A este sistema también se le conoce como Sistema de Contabilidad sobre Base de Efectivo Modificado, este sistema es en realidad una combinación de las bases de efectivo y de acumulación y en casos especiales, la teoría contable acepta la utilización de un sistema de contabilidad en el que se combinan o

mezclan el criterio de lo devengado y el de lo percibido, con el propósito de evitar una presentación errónea de la situación financiera de las empresas.

En nuestro país las empresas que utilizan el Sistema Modificado son las que conforman el sector financiero integrado por: los bancos del sistema, las financieras, aseguradoras, afianzadoras y los almacenes generales de depósito. Estas empresas están reguladas por la Superintendencia de Bancos, la cual ha emitido Manuales de Instrucciones Contables, que no permiten a estas empresas utilizar el Sistema de lo Percibido y tampoco el de lo Devengado. En dichos manuales se contempla que se registren como productos, únicamente aquellos que, además de estar devengados se hayan recibido, y solamente los intereses devengados no percibidos correspondientes a las inversiones en valores públicos con garantía de recompra otorgada por el Fondo de Regulación de Valores o por el Banco de Guatemala, pueden incluirse en el estado de resultados. En lo que se refiere a los gastos éstos se registran cuando se incurren y se conocen.

Los Sistemas de Contabilidad se mencionan en el artículo 47 del Decreto No. 26-92 del Congreso de la República el cual literalmente dice: "Los contribuyentes que estén obligados a llevar contabilidad completa, deben atribuir los resultados que obtengan en cada período de imposición, de acuerdo con el Sistema Contable de lo Devengado, tanto para los ingresos, como

para los egresos, excepto en los casos especiales autorizados por la Dirección. Los otros contribuyentes pueden optar entre el sistema contable mencionado o el de lo percibido; pero una vez escogido uno de ellos, solamente puede ser cambiado con autorización expresa y previa de la Dirección.

Las personas jurídicas, cuya fiscalización esté a cargo de la Superintendencia de Bancos, deben atribuir los resultados que obtengan en cada período de imposición; de acuerdo con el sistema contable de lo devengado o lo que haya sido efectivamente percibido".

3.4 SISTEMA DE CONTABILIDAD UTILIZADO POR LAS EMPRESAS DE RADIODIFUSION:

Cumpliendo con lo que dice el artículo 47 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, Decreto No. 26-92, Las empresas de radiodifusión utilizan el sistema contable de lo devengado, ya que todas son contribuyentes que están obligadas a llevar contabilidad completa según los artículos 46 del Decreto No. 26-92 y 368 del Código de Comercio.

De tal manera que las empresas de radiodifusión que facturan sus servicios en el mes que los prestan, contabilizan esa facturación como producto de ese período aunque el cobro lo realicen a los treinta o cuarenta y cinco días que es el crédito que generalmente otorgan a sus clientes. De igual manera los costos de transmisión y los gastos de administración y de ven-

tas se registran en el período en que se incurren, aunque su pago se realice posteriormente.

Es de suponer que en algunos casos hay gastos que por alguna razón se contabilizan en el mes siguiente al que corresponden, lo cual no hace variar el resultado del período anual, pues al final del mismo se debe tener el cuidado de provisionar los gastos del ejercicio que se cancelan en los meses siguientes del nuevo período fiscal.

Para cambiar de un sistema contable a otro, se necesita la autorización de la Dirección General de Rentas Internas y para solicitarlo se deben de cumplir los requisitos anotados en el artículo 18 del Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, contenido en el Acuerdo Gubernativo No. 624-92.

Cuando una empresa solicita cambio de sistema contable de lo devengado al de lo percibido o viceversa, debe proporcionar cierta información que sirva de base a la Dirección General de Rentas Internas para autorizar el cambio de sistema contable, así mismo verificará la información recibida y puede solicitar cualquier otra que sea necesaria.

Para las empresas de radiodifusión que utilizan el sistema de lo devengado no es de ninguna utilidad efectuar un cambio de sistema de contabilidad, pues únicamente complicarían sus operaciones y sus relaciones con los clientes.

Como se mencionó anteriormente el sistema de lo devengado cumple con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y es por ello que se recomienda que las empresas de radiodifusión utilicen este sistema, ya que las condiciones de sus actividades se apegan a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, pues las agencias de publicidad o los clientes directos, solicitan las facturas de publicidad con anticipación con la finalidad de darle trámite de pago, eso significa que las facturas se emiten en la fecha que se presta el servicio, de igual manera las agencias de publicidad en su mayoría facturan sus comisiones en la fecha en que se presta el servicio publicitario.

C A P I T U L O I V

MANUAL DE CONTABILIDAD Y CATALOGO DE CUENTAS

4.1 MANUAL DE CONTABILIDAD

4.1.1 CONCEPTO GENERAL DE MANUAL

Un manual es un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, información e instrucciones sobre diferentes aspectos de una empresa, que se consideran necesarios para la optimización del trabajo.

4.1.2 CONCEPTO DE MANUAL CONTABLE

Es un documento que contiene en forma ordenada y sistemática, información e instrucciones para:

- A. El uso adecuado de la nomenclatura contable de una empresa.
- B. Aplicar criterios consistentes en el uso de las cuentas.
- C. Ayudar a obtener informes y estados financieros que presenten información confiable y de acuerdo a las necesidades de la empresa u organización.

4.1.3 CONTENIDO DEL MANUAL CONTABLE

En el título de este capítulo se hace referencia al manual de contabilidad y catálogo de cuentas, no obstante que el catálogo de cuentas está incluido dentro del contenido del manual contable, se puede decir que el manual contable consta del siguiente contenido:

- A. Presentación
- B. Instrucciones generales
- C. Catálogo de cuentas
- D. Descripción de las cuentas

- E. Jornalización de las principales operaciones
- F. Estados financieros

La utilización de un manual contable persigue universalizar el manejo de la contabilidad y hacerla accesible a cualquier persona que tenga nociones de contabilidad y con ello facilitar el funcionamiento del departamento de contabilidad.

En cuanto al contenido del manual de contabilidad se hace a continuación una breve descripción de cada rubro.

A. PRESENTACION

En esta parte deben resumirse los objetivos que se persiguen con la implantación del manual contable, así como debe contener la autorización de el o los funcionarios que lo aprueban y la fecha en que entra en vigor.

B. INSTRUCCIONES GENERALES

Esta sección debe contener los procedimientos a seguir para: las modificaciones del manual, el tipo de codificación de la nomenclatura contable, los libros y registros principales y auxiliares que se utilizan o que van a utilizarse en la empresa, pudiendo también mencionarse el puesto de las personas que realizan determinadas tareas del proceso contable.

C. CATALOGO DE CUENTAS

El catálogo de cuentas es también conocido como: manual de cuentas

de control, plan de cuentas o nomenclatura contable y contiene de manera ordenada siguiendo la estructura del balance general y del estado de resultados, los nombres de las cuentas que utiliza la empresa, así mismo una codificación que puede ser numérica, alfabética o alfanumérica. aunque la mas común es la numérica y la cual consta de tres tipos de cuentas que son las siguientes: Cuentas principales, sub-cuentas y sub sub-cuentas o también llamadas cuentas de primero, segundo y tercer grado. En el punto 4.3 de este capítulo, se presenta una nomenclatura contable adaptada para una empresa de radiodifusión.

D. DESCRIPCION DE LAS CUENTAS

Puede considerarse que esta es la parte medular del manual contable, pues en ella se incluye una descripción de las cuentas, es decir para qué se utilizará cada rubro, qué se debe contabilizar en cada cuenta y qué representa su saldo, debe ser lo más breve posible tratando de proporcionar los detalles más importantes de la cuenta, también pueden incluirse instrucciones acerca de con que tipo de operaciones se carga y se abona cada rubro.

E. JORNALIZACION DE LAS PRINCIPALES OPERACIONES

En esta parte se presentan ejemplos de las principales partidas que se realizan mensualmente y las cuales son de rutina, con el fin de que la contabilización se efectúe uniformemente.

F. ESTADOS FINANCIEROS

Finalmente deben incluirse los formatos de los Estados Financieros

básicos, es decir Balance General, Estado de Resultados, Estado de Flujo de Efectivo y Estado de Utilidades Retenidas. Además pueden incluirse, Análisis financieros y otros formatos utilizados que se consideren necesarios según las circunstancias.

A continuación se detallan los últimos tres rubros que integran un manual contable aplicable a una empresa de radiodifusión.

4.1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS CUENTAS

Esta descripción se realiza siguiendo la secuencia de las cuentas que aparecen en la nomenclatura contable, con la finalidad de mantener un orden lógico.

ACTIVO

CIRCULANTE

CAJA Y BANCOS

Como cuenta principal representa el efectivo disponible en los bancos, caja general y caja chica.

BANCOS A, B o C.

Cargos: Esta cuenta se carga con el total de los depósitos efectuados, también con las notas de crédito por descuentos de documentos, por préstamos otorgados y algunos otros conceptos.

Abonos: Los abonos se realizan por el retiro de fondos a través de la emisión de cheques, por las notas de débito por cheques rechazados, por intereses, comisiones y otros conceptos.

Saldo : Su saldo representa el efectivo disponible en cada uno de

los bancos que utiliza la empresa.

CAJA GENERAL

Cargos: Se efectúan por el valor de los ingresos recibidos, exceptuando los que se depositan directamente al banco.

Abonos: Se efectúan con los depósitos bancarios cuando se trasladan disponibilidades de efectivo a bancos.

Saldo : Está constituido por el efectivo y cheques pendientes de depósito al banco.

CAJA CHICA

Cargos: Se efectúan con la creación del fondo de caja chica así como con el incremento del fondo existente.

Abonos: Se efectúan con la eliminación o la simple reducción de los fondos.

Saldo : Representa el importe del efectivo destinado para efectuar pagos que según la política de la empresa no deben efectuarse con cheque debido a su bajo valor.

CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR

Esta cuenta está constituida por el saldo que deben las agencias publicitarias y los clientes directos, ya sea por facturas o cualquier otro documento.

CUENTAS POR COBRAR

Cargos: Se efectúan con el importe de las facturas emitidas a los clientes, también con el valor de los cheques rechazados

por los bancos.

Abonos: Se efectúan con los pagos recibidos de los clientes, así como por las cuentas consideradas incobrables.

Saldo : Su saldo constituye el valor que los clientes tienen pendiente de pago según las facturas respectivas.

ESTIMACION DE CUENTAS INCOBRABLES

Cargos: Se efectúan con el valor de las cuentas que se tiene la certeza son incobrables a determinada fecha. También se carga con el valor que sobrepase las cuentas incobrables según el análisis de la antigüedad de saldos, si es que se da el caso que este sea menor que el saldo de la cuenta.

Abonos: Se efectúan cuando resulta un incremento en las cuentas que se consideran incobrables según el análisis de antigüedad de saldos.

Saldo: Representa el valor de las cuentas por cobrar cuyo saldo se estima es de dudosa recuperación.

OTROS DEUDORES

Esta cuenta se refiere principalmente a cuentas relacionadas con el personal de la empresa y pueden incluirse otras que tienen relación con la misma y que no son por la prestación de servicios de radiodifusión.

FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS

Cargos: Se efectúan con el valor de los préstamos y anticipos de sueldos y adelantos para gastos de viaje que se entreguen

a los funcionarios y empleados de la empresa.

Abonos: Se efectúan por el valor que se deduce del sueldo de los empleados como abono a préstamos así como por anticipos de sueldos y por las liquidaciones de los anticipos por medio de comprobantes que cumplen con los requisitos legales.

Saldo : Su saldo representa el valor de los préstamos a empleados pendientes de cobro a determinada fecha, así mismo el valor de los anticipos entregados a los empleados y el importe de lo entregado para gastos de viaje y que se encuentran pendientes de liquidar.

IMPUESTO SOBRE LA RENTA

Se refiere a los pagos efectuados a cuenta del Impuesto sobre la Renta y las retenciones que los clientes le efectúan a la empresa por los servicios de publicidad que presta.

La descripción de esta cuenta se incluye no obstante que la Corte de Constitucionalidad declaró inconstitucionales los artículos 61 en su párrafo primero, 62, 64, 66 todos de la Ley del Impuesto sobre la Renta (Decreto 26-92 del Congreso de la República), los artículos 25 inciso 1) y los tres últimos párrafos de dicho artículo, 26, 27 en las partes que guardan relación con el artículo 64 de la ley, y 28 todos del Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta (Acuerdo Gubernativo 624-92), esta sentencia fue publicada en el Diario Oficial el 17 de marzo de 1994 y entró en vigencia al día siguiente.

RETENCIONES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA

Cargos: Se efectúan con el valor deducido por los clientes al momento que efectúan el pago de la publicidad.

Abonos: Se efectúan al momento del pago del Impuesto sobre la Renta anual o del pago a cuenta del Impuesto sobre la Renta trimestral ya que se deducen del pago a efectuar por esos conceptos.

Saldo : Representa el valor que a determinada fecha tiene la empresa a favor por retenciones que le han efectuado.

PAGOS A CUENTA

Cargos: Se efectúan con el valor reportado en la declaración trimestral de pago a cuenta del Impuesto sobre la Renta.

Abonos: Se efectúan cuando al final del ejercicio se deducen los pagos a cuenta del Impuesto sobre la Renta anual a pagar según declaración jurada del Impuesto sobre la Renta.

Saldo: Representa el valor a favor de la empresa por los pagos a cuenta trimestrales efectuados a la Dirección General de Rentas Internas en exceso del impuesto determinado al final del período.

OTROS

Cargos: Se efectúan por la venta al crédito de activos fijos y otros artículos que no son del giro habitual de la empresa.

Abonos: Se efectúan cuando se reciben pagos o abonos por los conceptos anteriores.

Saldo : Representa el valor de las cuentas varias que se encuentran pendientes de cobro por otros conceptos que no son

del giro habitual de la empresa.

CREDITO FISCAL IVA

Esta cuenta está relacionada con el IVA que se ha cargado en las compras o servicios recibidos y que son compensables del débito fiscal.

CREDITO FISCAL POR COMPRAS

Cargos: Se efectúan cuando se realizan compras locales, importaciones o servicios recibidos en la fecha de la factura o póliz de importación.

Abonos: Se efectúan al momento de compensar contra el débito fiscal en cada declaración mensual que se presente.

Saldo : Representa el monto del IVA a favor de la empresa y que será liquidado o deducido del débito fiscal o por el cual se solicita devolución.

INVENTARIOS

Esta cuenta representa el valor de los repuestos y materiales de grabación tales como cintas, cassettes o cartuchos que se encuentran en bodega.

Cargos: Se efectúan con la compra local o importación de repuestos o materiales de grabación.

Abonos: Se efectúan cuando se da salida de bodega a los repuestos o materiales de grabación con los recibos de salida de bodega.

Saldo : Está integrado por el valor de compra o el costo de impor-

tación de los repuestos y materiales de grabación, que se encuentran en bodega sin ser utilizados.

GASTOS ANTICIPADOS

En esta cuenta se presenta la parte no vencida de los pagos efectuados por adelantado tales como seguros, alquileres, etc. y que serán amortizados a un plazo mayor de un año.

Cargos: Se realizan con los pagos efectuados por anticipado de seguros o alquileres.

Abonos: Se efectúan al final de cada mes por las sumas vencidas de seguros o alquileres.

Saldo : Representa el saldo que a determinada fecha se encuentra no vencido, por pagos efectuados por anticipado.

FIJO

Esta sección del activo se encuentra integrado por los siguientes rubros:

- TERRENOS
- EDIFICIOS E INSTALACIONES
- MEJORAS EN LOCALES ARRENDADOS
- MOBILIARIO Y EQUIPO
- EQUIPO DE TRANSMISION PLANTA
- EQUIPO DE TRANSMISION ESTUDIOS
- EQUIPO DE GRABACION
- VEHICULOS
- OTROS ACTIVOS FIJOS

Las cuentas anteriores forman el activo fijo y su forma de contabilización es igual, por lo que se generaliza la descripción de su manejo.

Cargos: Se efectúan con el valor de la compra del activo respectivo y en general por el ingreso de cualquier activo fijo.

Abonos: Se efectúan por la venta de activos o cuando se les da de baja por alguna otra circunstancia.

Saldo : Representa el costo original de cada uno de los activos fijos a determinada fecha.

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES ACUMULADAS

Esta cuenta está integrada por los siguientes rubros:

- DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICIOS E INSTALACIONES
- AMORTIZACION ACUMULADA MEJORAS LOCALES ARRENDADOS
- DEPRECIACION ACUMULADA MOBILIARIO Y EQUIPO
- DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPO TRANSMISION PLANTA
- DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPO TRANSMISION ESTUDIOS
- DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPO DE GRABACION
- DEPRECIACION ACUMULADA VEHICULOS
- DEPRECIACION ACUMULADA OTROS ACTIVOS FIJOS

Cargos: Se efectúan con el valor de la depreciación acumulada de los activos fijos que por cualquier razón se retiran o se dan de baja, así mismo con el cierre final del ejercicio.

Abonos: Se efectúan con el valor de la depreciación acumulada correspondiente a determinado período que puede ser mensual

o anual.

Saldo : Representa el importe de la depreciación acumulada del activo respectivo a una fecha determinada.

D I F E R I D O

GASTOS DE ORGANIZACION E INSTALACION

Cargos: Se efectúan por los pagos realizados en el período en el cual la empresa estaba organizándose e instalándose.

Abonos: Se efectúan cuando se hacen las amortizaciones en forma directa.

Saldo : Representa el valor original de los gastos incurridos por concepto de pagos por organización e instalación de la empresa.

AMORTIZACION ACUMULADA GASTOS DE ORGANIZACION E INSTALACION

Cargos: Se efectúan cuando se da de baja a la cuenta por estar completamente amortizado su valor.

Abonos: Se realizan mensualmente por la parte proporcional de amortización que corresponde sobre los gastos de organización e instalación con cargo a cuenta de gastos.

Saldo : Está integrado por el valor que se va acumulando mensualmente por concepto de la amortización realizada.

DERECHOS DE FRECUENCIA

Cargos: Se efectúan al cancelar el derecho de frecuencia a la Dirección General de Radiodifusión Nacional como depósito

por la concesión de la frecuencia de radio.

Abonos: Se efectúan únicamente en el caso de cierre de la empresa.

Saldo : Representa el valor depositado por el derecho de operar una frecuencia de radio.

P A S I V O

CORTO PLAZO

CUENTAS COMERCIALES POR PAGAR

Abonos: Se efectúan al final de cada mes al momento de contabilizar las deudas contraídas ya sea con proveedores de repuestos o materiales de grabación.

Cargos: Se efectúan con los pagos realizados así como por los descuentos y rebajas obtenidas.

Saldo : Representa el total de cuentas que se encuentran pendientes de pagar a una fecha determinada, se incluyen proveedores, servicios de teléfono, energía eléctrica, servicios profesionales, etc.

GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR

Abonos: Se efectúan al final de cada mes por las provisiones y por los descuentos que se realizan por concepto de cuotas laborales del IGGS, retenciones de Impuesto sobre la Renta, Timbre del Periodista etc.

Cargos: Se efectúan por los pagos efectuados por cuotas del seguro social, retenciones del Impuesto sobre la Renta, Timbre del Periodista, etc.

Saldo: Representa las provisiones y los valores pendientes de enterar a las entidades correspondientes.

RETENCIONES POR PAGAR

Las retenciones del Impuesto sobre la Renta, fueron declaradas inconstitucionales (Ver nota en pagina 35 en la cuenta Impuesto sobre la Renta).

Abonos: Se van efectuando al momento de hacer pagos o provisiones sujetos a retención del Impuesto sobre la Renta.

Cargos: Se efectúan al momento de enterar a las cajas fiscales el valor de las retenciones efectuadas en el mes anterior.

Saldo : Representa el valor retenido por concepto de Impuesto sobre la Renta a prestadores de servicios, comisionistas y que deberá ser cancelado en el siguiente mes al Fisco.

DEBITO FISCAL IVA

Abonos: Se efectúan al contabilizar las ventas del mes en el porcentaje legal sobre dichas ventas.

Cargos: Se efectúan al cancelar en las cajas fiscales el valor del impuesto del IVA cobrado a clientes o si este es menor, al momento de presentar la declaración jurada. Al débito fiscal se le restará el crédito fiscal y el saldo será el valor a pagar.

Saldo : Representa el valor del IVA cargado a clientes y que deberá ser cancelado al Fisco dentro del mes siguiente.

PRESTAMOS

Abonos: Se efectúan con el valor de los préstamos recibidos de los bancos u otras entidades a plazo menor de un año y cuando se traslada la porción de largo a corto plazo.

Cargos: Se efectúan con las amortizaciones efectuadas ya sea por medio de cheque o por nota de débito del banco.

Saldo : Representa el total de las obligaciones a corto plazo de préstamos bancarios o de otras entidades pendientes de cancelación.

COMISIONES POR PAGAR

Abonos: Se efectúan al final del mes con el porcentaje de comisión autorizado para cada una de las agencias publicitarias sobre la facturación del mes.

Cargos: Se realizan con los pagos efectuados y por los descuentos que hacen las agencias publicitarias por conceptos de sus comisiones.

Saldo : Representa el total de comisiones pendientes de pago a las agencias publicitarias y que serán pagadas al recibir el pago de la publicidad correspondiente.

OTRAS OBLIGACIONES

Abonos: Se efectúan por las obligaciones que contrae la empresa y las cuales no están clasificadas en las anteriores cuentas, tales como provisión de vacaciones, provisión de aguinaldos, etc. Estos abonos deben efectuarse mensualmente.

Cargos: Se efectúan al realizarse los pagos de lo provisionado con cargo a estas provisiones.

Saldo : Representa las cuentas que se tienen pendientes de pago al final de cada mes por concepto de provisiones de vacaciones, aguinaldos y otras prestaciones.

LARGO PLAZO

PRESTAMOS

Abonos: Se efectúan cuando las entidades bancarias o financieras o cualquier otra entidad le otorga préstamos a la empresa a largo plazo.

Cargos: Se efectúan a medida que la empresa realiza amortizaciones a las entidades que le han otorgado préstamos, puede ser por medio de cheques o de notas de débito, o al trasladar la porción de largo a corto plazo.

Saldo : Representa el saldo a largo plazo (más de un año) que se adeuda por los préstamos recibidos.

PROVISION PARA INDEMNIZACIONES

Abonos: Se efectúan mensualmente con la creación de la provisión, cargando a una cuenta de gastos el 8.33 % de las remuneraciones pagadas a los empleados durante el mes, según el artículo 38 inciso f) del Decreto No. 26-92, Ley del Impuesto sobre la Renta.

Cargos: Se efectúan al momento de hacer efectiva la indemnización por liquidaciones laborales.

Saldo : Representa parte del pasivo laboral a cargo de la empresa

a determinada fecha.

CAPITAL

CAPITAL Y RESERVAS

CAPITAL SOCIAL O AUTORIZADO

Abonos: Se efectúan con la apertura contable de la empresa y por aumentos de capital.

Cargos: Se efectúan únicamente con la reducción de capital o con la liquidación de la empresa.

Saldo : Representa el capital de la empresa según escritura social y en su caso sus modificaciones de aumento de capital.

RESERVA LEGAL

Abonos: Se efectúan al cierre de cada ejercicio fiscal al separar de la utilidad como mínimo el porcentaje legal del 5%.

Cargos: Se efectúan únicamente por la liquidación de la empresa y por la capitalización de la reserva.

Saldo : Representa la acumulación de utilidades no distribuibles.

UTILIDADES ACUMULADAS

Abonos: Se efectúan anualmente con el valor de las utilidades que no serán distribuidas entre los socios.

Cargos: Se pueden efectuar en el caso de que la empresa cuente con suficiente efectivo y distribuya dividendos o capitalice a la empresa y en caso de liquidación de la misma.

Saldo : Representa el saldo de las utilidades que no han sido dis-

tribuidas.

DEFICIT ACUMULADO

En caso de existir una pérdida en algún ejercicio se utilizará esta cuenta.

Cargos: Se efectúan con el valor de la pérdida del ejercicio.

Abonos: Se efectúan al momento de ser absorbida por la utilidad de otro ejercicio.

Saldo : Representa la pérdida que pudo existir en algún ejercicio contable. Lo más usual es que sea absorbida inmediatamente por las utilidades acumuladas.

INGRESOS

VENTAS DE SERVICIOS

Abonos: Se efectúan mensualmente por la totalidad de los servicios de publicidad prestados a los clientes representados en la facturación.

Cargos: Se efectúan al final del ejercicio contable por cierre de las cuentas de productos con crédito a las cuentas de gasto.

Saldo : Representa la totalidad de los ingresos brutos por la venta de publicidad.

DESCUENTOS Y AJUSTES SOBRE VENTAS

Cargos: Se efectúan con los valores de anuncios no transmitidos y que por alguna razón no se acepta su reposición y por los descuentos que se conceden al momento de recibir el pago.

Abonos: Se efectúan al final del ejercicio por cierre de las cuentas de productos y gastos.

Saldo : Representa la totalidad que se descuenta por anuncios no transmitidos.

COSTOS DIRECTOS

COMISIONES Y GASTOS DE PRODUCCION

COSTO DE PRODUCCION

Cargos: Se efectúan con la totalidad de los costos de transmisión incluyendo las comisiones de las agencias de publicidad y gestores.

Abonos: Se efectúan al final de cada ejercicio contable por cierre de las cuentas de productos y gastos.

Saldo : Representa el total de los costos de transmisión en que se ha incurrido.

GASTOS DE OPERACION

Cargos: Se efectúan por el valor de los gastos ocasionados por los departamentos de administración y de ventas.

Abonos: Se efectúan al final del ejercicio contable por cierre de las cuentas de productos y gastos.

Saldo : Representa el total de los gastos administrativos y de ventas en que se incurre.

OTROS GASTOS Y PRODUCTOS

OTROS GASTOS

GASTOS FINANCIEROS

Cargos: Se efectúan con los gastos ocasionados por la obtención de financiamiento y por las comisiones y cambios bancarios en

las transacciones con los bancos.

Abonos: Se efectúan al final del ejercicio contable por el cierre de las cuentas de productos y gastos.

Saldo : Representa el total de gastos incurridos por la obtención de financiamiento tales como intereses, comisiones, etc.

OTROS PRODUCTOS

Abonos: Se efectúan por la ganancia en venta de activos fijos, intereses bancarios o por ingresos que no sean del giro habitual de la empresa.

Cargos: Se efectúan al final del ejercicio contable por el cierre de las cuentas de productos y gastos.

Saldo : Representa el producto de ventas de activos fijos o de otros ingresos obtenidos por operaciones que no sean del giro habitual de la empresa.

UTILIDADES DEL EJERCICIO

Abonos: Se efectúan mensualmente por la ganancia del período.

Cargos: Se efectúan mensualmente en caso de existir pérdida en el período. Al final del ejercicio su saldo se traslada a Superávit Acumulado.

Saldo : Representa las ganancias acumuladas a determinada fecha dentro de un ejercicio contable.

4.1.5 JORNALIZACION DE LAS PRINCIPALES OPERACIONES

El sistema de contabilidad que se utiliza en las empresas de radiodifusión se ha tratado de simplificar, elaborando las pólizas de diario necesarias mensualmente para asentar el movimiento con-

table. Estas pólizas se resumen a continuación:

- Póliza de Ventas
- Póliza de Ingresos
- Póliza de Egresos
- Póliza de Prestaciones Laborales
- Póliza de Cuentas por Pagar

Al final del ejercicio se efectuarán además las pólizas adicionales que se mencionan:

- Depreciaciones y Amortizaciones del período, siempre que los montos no sean importantes, en caso contrario se harán mensualmente.
- Provisión de gastos cancelados en los siguientes meses después del cierre contable y que corresponden al ejercicio que termina.
- Cierre de cuentas de productos y gastos.
- Separación de la reserva legal y provisión del Impuesto sobre la Renta correspondiente al ejercicio que termina y traslado de la utilidad del mismo.
- Cierre de las cuentas de Activo y Pasivo del ejercicio.

En el anexo No. 1 se presentan los formatos de las pólizas de diario mencionadas anteriormente.

4.1.6 ESTADOS FINANCIEROS

En el anexo No. 2 se muestran los formatos de los estados financieros que deben presentarse mensualmente a la gerencia de la em-

presa, para la toma adecuada de decisiones.

- Balance General
- Estado de Resultados
- Estado de Flujo de Efectivo
- Estado de Utilidades Retenidas
- Análisis de Gastos por Subcuentas.

Para los departamentos de Caja, Facturación, Cobros, Repuestos y Mantenimiento, se presenta un manual de operaciones que describe los pasos que deben seguirse en cada uno, para que la realización de sus funciones concluyan en eficiencia.

4.1.7 DEPARTAMENTO DE CAJA

El departamento de caja es el encargado de recibir los cobros que efectúan los cobradores, revisarlos y depositarlos al banco. Los cheques o efectivo se reciben por lo regular en los primeros días del mes, deben de revisarse los cálculos para cerciorarse que los descuentos por concepto de comisiones, retenciones de Impuesto sobre la Renta y el IVA, así como los pagos incluidos por retención del Impuesto sobre la Renta sobre comisiones, estén correctos. Una vez revisados los cálculos se procede a la elaboración de los recibos de caja, el informe de ingresos y luego los depósitos al banco correspondiente, este depósito debe realizarse lo más pronto posible, ya que por el volumen de cheques que se reciben no es posible depositarlos al día siguiente de su recepción, pero es aceptable que se depositen en los cinco días siguientes de su recepción. En

los siguientes días del mes, la recepción de cheques no es significativa, ya que es al principio del mismo cuando se reciben la mayoría de los cobros. Otra actividad del departamento de caja es la emisión de cheques de pago a proveedores, impuestos y toda clase de obligaciones autorizadas por la Gerencia, así como sueldos y otros. Esta actividad se inicia con la recepción de facturas y entrega de contraseñas de pago, revisión de las facturas para que se tenga la seguridad de que reúnen los requisitos legales. La emisión de cheques se realiza una vez a la semana y se entregan a partir del día viernes, los cheques se emiten junto con el Voucher que lleva el concepto del pago y la codificación contable del gasto o pago que se efectúa, de acuerdo a la nomenclatura de cuentas que se encuentra en uso. Una vez emitidos los cheques se trasladarán al departamento administrativo para su revisión y primera firma, posteriormente se trasladan a la Gerencia General para ser firmados y autorizados, luego se devuelven a caja para que sean entregados a los beneficiarios. Es de hacer notar que el cajero debe ser un contador o un profesional a nivel medio que conozca las leyes tributarias para que cumpla su función de revisión preventiva en cuanto a la legalidad de los documentos.

En el departamento de caja también se preparan las planillas de seguridad social, los formularios de declaración jurada para el pago del Timbre de Prensa y del Timbre de Garantía Artístico, finalmente en caja se lleva el libro de bancos en el cual se registran los depósitos y los cheques emitidos manteniendo un saldo de disponibilidad diariamente.

Este departamento debe preparar los siguientes informes:

- Flujo de efectivo (Cash Flow)
- Disponibilidades diarias
- Listado de Cheques emitidos.

4.1.8 DEPARTAMENTO DE FACTURACION Y TRAFICO DE ANUNCIOS (PAUTA)

Este departamento es el encargado de la recepción de las órdenes de publicidad que envían las agencias publicitarias y los clientes directos, se revisan los cálculos de duración del anuncio y los del valor de la tarifa. Posteriormente se efectúa el acomodamiento de los anuncios en los horarios disponibles y solicitados por los clientes, a lo cual se le denomina "Pautar". Luego continúa el envío de confirmaciones de horarios a las agencias publicitarias en los cuales la radio se compromete a transmitir los anuncios en los horarios que se identifican. Luego se efectúa la facturación de acuerdo a lo que consignan las órdenes de publicidad sumando al valor de la publicidad el cinco por millar (5 o/oo) del Timbre de Prensa y el siete por ciento (7%) de IVA. Se elabora un envío a las agencias publicitarias en las fechas que éstas estipulan para su recepción.

Finalmente este departamento realizará sus informes tales como: listados de facturación, libro de órdenes de publicidad y archivo de documentos.

4.1.9 DEPARTAMENTO DE COBROS

Este departamento se encarga del envío de facturas y recepción de

contraseñas de cobro, así como de archivar dichas contraseñas y de llevar un control de los pagos recibidos y de enviar al cobrador en los días indicados para cobro. Una vez recibidos los cheques éstos se trasladan al departamento de caja. En este departamento se lleva también el kardex o cuenta corriente de los clientes con el fin de conocer el saldo pendiente de cobro a cada cliente.

4.1.10 DEPARTAMENTO DE REPUESTOS Y MANTENIMIENTO

Este departamento se encarga de llevar un control sobre la existencia de repuestos, de las entradas y salidas de los mismos, llevando para el efecto un kardex. En cuanto al mantenimiento ya sea de equipos de transmisión, de los estudios o de la planta de la emisora, coordina el momento oportuno del cambio de los repuestos cuando están por terminar su vida útil (mantenimiento preventivo) o en caso de emergencia cuando por desperfectos la emisora sale del aire, este departamento reparará el daño lo más pronto posible (mantenimiento correctivo).

4.1.11 POLITICAS CONTABLES

Las políticas contables se reflejan en el manual contable aprobado por la gerencia de la empresa y la aplicación corresponde al departamento de contabilidad dirigido por el contador general.

RESPONSABILIDAD DE LAS POLITICAS CONTABLES

La responsabilidad de las políticas contables corresponde a la Gerencia de la empresa, no obstante que la aplicación de las mismas está a cargo del departamento de contabilidad.

REVISION CONTINUA

Es aconsejable y sobre todo necesaria una revisión continua de las políticas contables que se aplican en la empresa con el fin de mejorar la calidad del trabajo contable y como consecuencia la eficiencia en cuanto a la presentación oportuna de los reportes y al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

4.1.12 CATALOGO DE CUENTAS

En la actualidad se hace imprescindible la existencia de una nomenclatura contable, pues como ya se dijo anteriormente, ésta es una herramienta muy importante para lograr uniformidad en la contabilización de las operaciones de la empresa, más aún cuando la empresa tiene un sistema computarizado, ya que en ellos se trabaja a base de codificaciones.

Para que una nomenclatura llene los requisitos necesarios debe incluir los siguientes grupos:

1. Los títulos de los estados financieros
2. Las sub-divisiones de los estados financieros
3. Los nombres de las cuentas principales
4. Los nombres de las cuentas de segundo grado o sub-cuentas y
5. Los nombres de las cuentas de tercer grado o sub-subcuentas, este último puede o no ser necesario.

A continuación se presenta una nomenclatura contable adaptada para una empresa de radiodifusión, la cual además se encuentra diseñada para ser utilizada en un sistema de computación.

Se encuentra dividida en siete grandes grupos que son los siguien-

tes:

1. ACTIVO
2. PASIVO
3. CAPITAL Y RESERVAS
4. INGRESOS
5. COSTOS DIRECTOS
6. GASTOS DE OPERACION
7. OTROS GASTOS Y PRODUCTOS

Sobre la base de los grupos anteriores se sub-dividen las cuentas en primero, segundo y tercer grado, como enseguida se muestra:

NOMENCLATURA DE CUENTAS CONTABLES

EMPRESA RADIO MUSICAL

100000	ACTIVO
110000	CIRCULANTE
110100	CAJA Y BANCOS
110101	BANCO "A"
110102	BANCO "B"
110103	CAJA GENERAL
110107	CAJA CHICA
110200	CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR
110201	CUENTAS POR COBRAR
110202	ESTIMACION CUENTAS INCOBRABLES
110300	OTROS DEUDORES
110301	FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS
110302	IMPUESTO SOBRE LA RENTA
110399	OTROS

110500	CREDITO FISCAL IVA
110501	CREDITO FISCAL POR COMPRAS
110502	CREDITO FISCAL POR IMPORTACIONES
110700	INVENTARIOS
110900	GASTOS ANTICIPADOS
120000	F I J O
120100	TERRENOS
120300	EDIFICIOS E INSTALACIONES
120500	MEJORAS EN LOCALES ARRENDADOS
120700	MOBILIARIO Y EQUIPO
120900	EQUIPO DE RADIODIFUSION PLANTA
121100	EQUIPO DE RADIODIFUSION ESTUDIOS
121300	EQUIPO DE GRABACION
121500	VEHICULOS
121900	OTROS ACTIVOS FIJOS
122500	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES ACUMULADAS
122503	DEP. ACUM. EDIFICIOS E INSTALACIONES
122505	AMORT. ACUM. MEJORAS LOCALES ARRENDADOS
122507	DEP. ACUM. MOBILIARIO Y EQUIPO
122509	DEP. ACUM. EQUIPO RADIODIFUSION PLANTA
122511	DEP. ACUM. EQUIPO RADIODIFUSION ESTUDIOS
122513	DEP. ACUM. EQUIPO DE GRABACION
122515	DEP. ACUM. VEHICULOS
122519	DEP. ACUM. OTROS ACTIVOS FIJOS
140000	CARGOS DIFERIDOS
140100	GASTOS DE ORGANIZACION
140300	DERECHOS DE FRECUENCIA

200000	PASIVO
210000	CORTO PLAZO
210100	CUENTAS COMERCIALES POR PAGAR
210300	GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR
210500	RETENCIONES POR LIQUIDAR
210700	DEBITO FISCAL I.V.A.
210900	ANTICIPOS DE CLIENTES
211100	PRESTAMOS
212500	OTRAS OBLIGACIONES
213000	COMISIONES POR PAGAR
213500	DEPOSITOS POR LIQUIDAR
220000	LARGO PLAZO
220100	PRESTAMOS
220300	PROVISION PARA INDEMNIZACIONES
300000	CAPITAL
310000	CAPITAL Y RESERVAS
310100	CAPITAL SOCIAL
310300	RESERVA LEGAL
320000	RESULTADOS ACUMULADOS
320100	UTILIDADES ACUMULADAS
320300	DEFICIT ACUMULADO
400000	INGRESOS
410000	VENTAS NETAS
410100	VENTAS DE SERVICIOS -BRUTO-
410900	DESCUENTOS Y AJUSTES SOBRE VENTAS

500000	COSTOS DIRECTOS
510100	COMISIONES Y GASTOS DE PRODUCCION
510200	COSTO DE PRODUCCION
510300	COMISIONES A AGENCIAS Y OTROS
600000	GASTOS DE OPERACION
610000	GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS
610100	GASTOS DE ADMINISTRACION
610300	GASTOS DE VENTAS
700000	OTROS GASTOS Y PRODUCTOS
710000	OTROS GASTOS
710100	GASTOS FINANCIEROS
720000	OTROS PRODUCTOS
720100	OTRAS VENTAS O INGRESOS

A continuación se detallan las cuentas auxiliares de las cuentas de gastos es decir que pueden aplicarse tanto al Costo de Producción, Gastos de Administración, Gastos de Ventas y Gastos Financieros.

4.1.13 CATALOGO DE AUXILIARES CONTABLES

01	Sueldos y Salarios Ordinarios
05	Sueldos y Salarios Extraordinarios
08	Donativos
10	Vacaciones
15	Indemnizaciones
20	Aguinaldos
21	Seguros Varios

25	Bonificaciones Legales
29	Equipo Fungible
30	Otras Compensaciones
35	Seguro Social, Irtra e Intecap
39	Transmisiones Vía Guatel
40	Otros Beneficios al Personal
41	Servicios de Monitoreo
42	Descuentos por Pronto Pago
43	Gastos no Deducibles
44	Depreciaciones
45	Servicios de Terceros
47	Encuestas
50	Fletes y Transportes
55	Arrendamientos
60	Correos y Telégrafos
65	Papelería y Utiles de Oficina
70	Combustibles y Lubricantes
75	Cuotas y Suscripciones
80	Luz, Agua y Teléfono
85	Impuestos y Contribuciones
90	Atenciones a Clientes
95	Viáticos y Alimentación
96	Gastos de Viajes
100	Anuncios, Publicidad y Propaganda
105	Gastos de Vehículos
110	Reparaciones y Mantenimiento
115	Producciones Radiales

- 120 Repuestos y Accesorios
- 125 Promociones
- 130 Material de Grabación
- 135 Multas y Recargos
- 150 Intereses
- 155 Intereses y Cambios Bancarios
- 160 Comisiones sobre Ventas

C A P I T U L O V

5. IMPUESTOS

5.1 CONCEPTOS DE IMPUESTOS

El impuesto puede conceptuarse desde el punto de vista doctrinario y desde el punto de vista legal.

DOCTRINARIO

El concepto doctrinario del impuesto es tan variado como escuelas, doctrinas económicas, ideas financieras, jurídicas o autores existen.

Entre varios conceptos que el autor Armando Porres y López del libro Derecho Fiscal menciona, se han tomado los siguientes que se consideran los más ajustados a la realidad de nuestro país.

Selegnian afirma "Un impuesto es una contribución forzada de una persona por el Gobierno, para costear los gastos realizados en intereses comunes sin referencia a los beneficios especiales prestados".

Adan Smith declara "Los sujetos de cada estado deben contribuir a mantener el Gobierno, cada cual en la proporción más exacta posible con sus facultades, es decir según las rentas de que goza bajo la protección del Estado ⁶

⁶ Derecho Fiscal, A. Porres López, Textos Universitarios, S. A. México 1 D. F., página 50.

LEGAL

El concepto legal de impuesto está contenido en el Decreto No. 6-91 Código Tributario, artículos del 9 al 13 que literalmente dicen:

CONCEPTO DE TRIBUTO: "Tributos son las prestaciones comúnmente en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder tributario, con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines". (Artículo 9 Código Tributario).

CLASES DE TRIBUTOS: "Son tributos los impuestos, arbitrios y contribuciones especiales". (Artículo 10 Código Tributario).

IMPUESTO: Es el tributo que tiene como hecho generador, una actividad estatal general no relacionada concretamente con el contribuyente. (Artículo 11 Código Tributario). Ejemplo: Ley del Impuesto sobre la Renta, Ley del Impuesto al Valor Agregado, etc.

ARBITRIO: Es el impuesto decretado por ley a favor de una o varias municipalidades. (Artículo 12 Código Tributario), ejemplo: Boleto de Ornato, Parquímetros.

CONTRIBUCION ESPECIAL Y CONTRIBUCION POR MEJORAS: Contribución especial es el tributo que tiene como determinante del hecho generador, beneficios directos para el contribuyente, derivados de la realización de obras públicas o de servicios estatales.

CONTRIBUCION ESPECIAL POR MEJORAS: "Es la establecida para costear la obra pública que produce una plusvalía inmobiliaria y tiene como límite para su recaudación, el gasto total realizado y como límite individual para el contribuyente, el incremento de valor del inmueble beneficiado. (Artículo 13 Código Tributario).

5.2 CLASIFICACION DE LOS IMPUESTOS

En todas las ciencias se busca un criterio o índice de clasificación, es decir algo que sirva de común denominador de manera que se pueda comparar y se busquen las causas que lo engendran para obtener generalizaciones.

5.2.1 En atención al tiempo y materia, los impuestos se clasifican en Especie y en Dinero.

5.2.2 Según se atiende a los bienes gravados o a los individuos los impuestos pueden ser: Reales y Personales.

5.2.3 Según se atiende a ciertas circunstancias específicas, los impuestos se clasifican en: Ordinarios y Extraordinarios.

5.2.4 Según la tasa o cuota, tendremos: Proporcionales y progresivos.

5.2.5 Si se toma en consideración la repercusión, se dividen en: Directos e Indirectos.

5.3 IMPUESTOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Existen diversos puntos de vista para efectuar esta clasificación. Desde el punto de vista de la organización administrativa se considera que los impuestos directos son aquellos que se recaudan en

virtud de que existen establecidas, listas, padrones o matrículas en donde constan los nombres de los causantes, las cuotas o tasas y las fuentes de dichos impuestos. En cambio en los impuestos indirectos la obligación fiscal nace de la realización eventual de actos jurídicos tales como compra-venta, arrendamientos, importaciones, exportaciones, etc., eventualidad que imposibilita la formación de padrones que norman administrativamente a los directos.

El criterio más acertado para clasificar los impuestos directos e indirectos es la repercusión.

5.3.1 IMPUESTOS DIRECTOS

Los impuestos directos son aquellos en los que el estado actúa sobre el verdadero sujeto pasivo a fin de que cumpla con la obligación tributaria en términos de ley. Como ejemplos de impuestos directos tenemos: el Impuesto sobre la Renta, el Impuesto Unico sobre Inmuebles, el Impuesto sobre Herencias, Legados y Donaciones.

5.3.2 IMPUESTOS INDIRECTOS

Los impuestos indirectos son aquellos en los que el Estado actúa sobre el sujeto pasivo al impuesto, pero es una tercera persona (el consumidor) quién cumple con la obligación tributaria. El ejemplo clásico en nuestro país del impuesto indirecto es el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.).

5.4 IMPUESTOS A QUE ESTAN AFECTAS LAS EMPRESAS DE RADIODIFUSION

Las empresas de radiodifusión a las que se refiere este trabajo, son empresas comerciales lucrativas y por lo tanto están afectas a impuestos como cualquier otra empresa lucrativa.

Así tenemos que las empresas de radiodifusión deben inscribirse en el Registro Mercantil. Si son sociedades de cualquiera de las que reconoce el Código de Comercio, deben obtener una patente de comercio de empresa y una patente de sociedad, si son empresas individuales únicamente obtendrán la patente de comercio de empresa, para lo cual deberán pagar los impuestos necesarios para su inscripción.

Una empresa de radiodifusión para poder operar, debe obtener la concesión de una frecuencia de radio, la cual como ya se ha desarrollado en este trabajo puede ser de Amplitud Modulada (A. M.) o de Frecuencia Modula (F. M.). Para ello deben cumplirse varios requisitos que el Ministerio de Comunicaciones, a través de la Dirección General de Radiodifusión exige y entre los cuales están requisitos técnicos, administrativos y económicos, pues una vez se obtiene la concesión se debe efectuar un depósito en dicha Dirección que puede considerarse como un impuesto.

Cuando la empresa se encuentra inscrita en el Registro Mercantil, debe cumplir con inscribirse en el Ministerio de Finanzas Públicas en el departamento de Registro Tributario Unificado (R.T.U.), para el régimen del Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.), del Impuesto sobre la Renta (I.S. R.) y otros si fuera necesario.

Además están afectas a otros impuestos como por ejemplo:

- El Impuesto de Timbres Fiscales
- El Impuesto sobre Circulación de Vehículos, en el caso de ser propietarias de vehículos.
- El Impuesto Unico sobre Inmuebles, en el caso de ser propietarias de bienes inmuebles.
- Impuestos de Importación, cuando realicen la importación de repuestos y equipo de transmisión.

5.4.1. IMPUESTO SOBRE LA RENTA (I.S.R.)

Este impuesto está contenido en el Decreto No. 26-92 del Congreso de la República y su reglamento en el Acuerdo Gubernativo No. 624-92. Las empresas de radiodifusión están afectas al Impuesto sobre la Renta según el artículo 1 que establece un impuesto sobre la renta que obtenga toda persona individual o jurídica, nacional o extranjera, domiciliada o no en el país, que provenga de la inversión de capital, del trabajo personal o de la combinación de ambos y según el artículo 2 quedan afectas al impuesto todas las rentas y ganancias de capital obtenidas en el territorio nacional. El artículo 3 califica como contribuyente del impuesto, a las personas individuales y jurídicas domiciliadas o no en Guatemala. Según el artículo 4 se considera renta de fuente guatemalteca todo ingreso que haya sido generado por capitales, bienes, servicios y derechos de cualquier naturaleza invertidos o utilizados en el país, o que tengan su origen en actividades de cualquier índole desarrolladas en Guatemala.

PERIODO DE IMPOSICION

En lo que respecta al período de imposición este es anual y comienza el 1 de julio de un año y termina el 30 de junio del año siguiente. Sin embargo en el caso de personas jurídicas la Dirección General de Rentas Internas aceptará períodos diferentes que consten en la escritura social, pero deben terminar el último día del mes que corresponde.

RENTA BRUTA

Constituye renta bruta el conjunto de ingresos, utilidades y beneficios de toda naturaleza, gravados y exentos, habituales o no, devengados o percibidos en el período de imposición, (Artículo 8 de la Ley).

REVALUACION DE ACTIVOS FIJOS

La Ley del Impuesto sobre la Renta, Decreto No. 26-92 en su artículo 14 permite la revaluación de activos fijos excepto terrenos, bajo las siguientes bases:

1. Pueden revaluar sus activos fijos las personas jurídicas y quienes estén obligados a llevar contabilidad completa, según el Código de Comercio.
2. El valor revaluado debe ser a precio de mercado y con base en avalúo realizado por valuador autorizado.
3. El monto revaluado es depreciable en los porcentajes de Ley según el artículo 19.

4. El Impuesto de revaluación se pagará dentro de los 30 días siguientes de efectuada la misma.
5. Si se enajena el activo fijo, puede existir una ganancia de capital, si es que el valor de enajenación es mayor que el nuevo valor en libros más los gastos de venta (Artículo 23 inciso b, de la ley del Impuesto sobre la Renta) los cuales no pueden ser superiores al 15% del valor de enajenación.

6. Las tasas de impuestos son las siguientes:

- Construcciones y Edificaciones	7%
- Otros activos fijos	15%
- Maquinaria, toda clase de Vehículos, incluyendo aviones, menos los ferroviarios	% de gravamen arancelario a la fecha de revaluación.

Entre los otros activos fijos que se mencionan puede incluirse: árboles, mobiliario y equipo de oficina, buques, material ferroviario, semovientes equipo de computación, porcelana, cristalería, etc.

Ejemplo de revaluación de Activo Fijo: Se supone la revaluación de un edificio a 150,000.00 cuyo costo fue de Q. 75,000.00 adquirido el 31 de diciembre de 1991, la revaluación se realiza el 01 de enero de 1993.

	COSTO	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
Adquisición			
del Activo	75,000.00	--	75,000.00
Depreciación por			
un año	75,000.00	3,750.00	71,250.00
Revaluación al			
01-01-93	150,000.00	--	150,000.00
Valor revaluado según avalúo al 01-01-93			Q.150,000.00
Valor en libros al 31-12-92 (último período contable, se supone de enero a diciembre de cada año.....)			71,250.00

			Q. 78,750.00
Impuesto sobre revaluación a pagar dentro de los 30 días siguientes de efectuada la misma (7%)			<u>Q. 5,512.50</u>

RENTA NETA Y RENTA IMPONIBLE

Las personas jurídicas y patrimonios que realicen actividades lucrativas, determinarán su renta neta, deduciendo de su renta bruta los costos y gastos necesarios para producir o conservar la fuente productora de las rentas gravadas...

En el caso de las empresas de radiodifusión los costos y gastos deducibles son los siguientes:

- El costo de producción y ventas de los servicios que se prestan.
- Los gastos de transporte, combustible, fuerza motriz y simila-

res.

- Los sueldos, sobre-sueldos, bonificaciones, comisiones, gratificaciones, dietas, aguinaldos anuales otorgados a todos los trabajadores en forma generalizada establecida por la ley o en pactos colectivos de trabajo.
- Las cuotas pagadas al IGSS, IRTRA e INTECAP.
- Las indemnizaciones pagadas por terminación de la relación laboral o las reservas que se constituyan hasta el límite del ocho punto treinta y tres por ciento (8.33%) del total de las remuneraciones anuales.
- Los alquileres de bienes muebles o inmuebles utilizados para la producción de la renta.
- Los impuestos, tasas, contribuciones y arbitrios municipales, efectivamente pagados por los contribuyentes excepto el Impuesto sobre la Renta (I. S. R.) y el Impuesto Al Valor Agregado (I.V.-A.).
- Los intereses y otros gastos financieros sobre créditos obtenidos destinados exclusivamente a la producción de rentas gravadas y por las tasas vigentes.
- Los pagos por primas de seguros contra incendio, robo, hurto, terremoto u otros riesgos que cubran bienes o servicios que produzcan rentas gravadas.
- Los gastos de mantenimiento y los de reparación que conserven los bienes en buen estado de servicio, en tanto no constituyan mejoras permanentes.
- Las deudas incobrables, siempre que se originen en operaciones del giro habitual del negocio y que justifique tal calificación.

Este extremo se prueba mediante la presentación de los requerimientos fehacientes de cobros hechos. Se puede optar por crear una reserva que no puede exceder del 3% de los saldos deudores de cuentas y documentos por cobrar al cierre del ejercicio.

- Las depreciaciones sobre los activos fijos propiedad de la empresa y que se utilizan para producir rentas gravadas.

Los porcentajes de depreciación aceptados por la ley son los siguientes:

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE
1. Edificios, construcciones e instalaciones adheridas a los inmuebles y sus mejoras.....	5%
2. Instalaciones no adheridas a los inmuebles, mobiliario y equipo de oficina.....	20%
3. Maquinaria, vehículos en general.....	20%
4. Equipo de computación, herramientas.....	25%
5. Para los bienes no indicados en los incisos anteriores.....	10%

- Las donaciones comprobadas otorgadas al Estado, las municipalidades y sus entidades; asociaciones y fundaciones no lucrativas de asistencia, servicio social o científicas, a las universidades y entidades gremiales y culturales, debidamente autorizadas.
- Los honorarios, comisiones, reembolsos de gastos deducibles y similares por servicios profesionales, asesoramiento técnico, financiero o de otra índole, prestado en el país o desde el exterior.

- Los gastos generales y de venta, incluidos los de empaque y embalaje.
- Los viáticos comprobables incurridos dentro o fuera del país que se asignen o paguen a los dueños únicos de empresas, socios, miembros de directorios, consejos y otros organismos directivos y a funcionarios y empleados del contribuyente.
- Los gastos de publicidad y propaganda debidamente comprobados.
- Los gastos de organización, los cuales se amortizarán mediante diez (10) cuotas, sucesivas e iguales.
- Las pérdidas cambiarias provenientes de las compras de divisas para operaciones destinadas a la generación de rentas gravadas.

Los anteriores gastos y costos se encuentran detallados en el artículo 38 de la Ley del Impuesto sobre la Renta y representan un resumen de los que se considera tienen relación con una empresa de radiodifusión.

COSTOS Y GASTOS NO DEDUCIBLES

No son deducibles los siguientes costos y gastos:

- Los que no sean originados por la actividad que da lugar a rentas gravadas.
- Los gastos no respaldados por documentación legal o que no corresponda el período de imposición.
- Las bonificaciones o participaciones de utilidades que se otorguen a los miembros de las juntas o consejos de administración o altos ejecutivos en base a utilidades.
- Los intereses que excedan las tasas activas establecidas, para

- entidades fiscalizadas por la Superintendencia de Bancos.
- Las sumas retiradas en efectivo o bienes utilizados o consumidos por cualquier concepto por el dueño único de empresas o negocios.
 - Las participaciones sociales o dividendos, el valor de mejoras permanentes o que prolonguen la vida útil de los bienes.
 - Las primas de seguro dotal o cualquier seguro que genere reintegro, rescate o reembolso. (Artículo 39 de la Ley).

DEDUCCIONES POR REINVERSION DE UTILIDADES

Las personas individuales propietarias de empresas y las personas jurídicas, podrán deducir de su renta neta hasta un 20% del total de las utilidades del período anual de imposición que se reinviertan en la adquisición de planta, maquinaria y equipo, de acuerdo con las normas siguientes:

1. Aplicable para empresas individuales y personas jurídicas.
2. Consiste en una deducción a la renta neta hasta del 20% del total de las utilidades que se reinvertirán en el período siguiente.
3. La reinversión debe ser en planta, maquinaria y equipo, directamente vinculado al proceso productivo y destinados a generar rentas gravadas.
4. La reinversión debe efectuarse dentro de los 5 meses posteriores a la fecha de cierre del período de imposición en que se aplica la deducción.
5. Si el plazo es mayor de 5 meses, debe adjuntarse a la declara-

ción jurada, un plan de inversión firmado por el contribuyente o su representante legal, en el que se indique el monto a invertir y el tipo de bien a adquirir y que efectivamente se realizará tal inversión durante el siguiente período de imposición.

6. Si no se realiza la inversión durante el período indicado, deberá rectificarse la declaración del período en que se efectuó la deducción, pagando el impuesto omitido y los intereses correspondientes.
7. La reinversión de utilidades también podrá efectuarse hasta una cuarta parte del total de la deducción, en activos fijos para actividades educativas, culturales o deportivas, vivienda para uso gratuito o venta al costo para los trabajadores.
8. Los activos fijos deben tener una vida útil no menor de 4 años.
9. La enajenación de los activos fijos antes de transcurrir 5 años, obligará a reportar como utilidad, la deducción tomada, en las siguientes proporciones

<u>Período de Venta</u>	<u>%</u>
Primero	100%
Segundo	75%
Tercero	50%
Cuarto	25%

10. La deducción por este concepto no podrá considerarse pérdida de operación.

A continuación se presenta un ejemplo de la aplicación de la "Deducción por reinversión de utilidades.

1. Datos Generales

Período de imposición el 1 de julio de 1993 al 30 de junio de 1994.

Utilidad antes del ISR	<u>Q. 5,000,000.00</u>
Renta imponible de 1994	<u>Q. 5,500,000.00</u>

2. Primer Caso

Inversión a realizar	<u>Q. 1,500,000.00</u>
20% de la utilidad	<u>Q. 1,000,000.00</u>
Monto a deducir	<u>Q. 1,000,000.00</u>
Renta imponible de 1994	Q. 5,500,000.00
(-) Deducción por reinversión de utilidades	<u>Q. 1,000,000.00</u>
Nueva renta imponible	<u>Q. 4,500,000.00</u>

3. Segundo Caso

Inversión a relizar	<u>Q. 600,000.00</u>
20% de la utilidad	<u>Q. 1,000,000.00</u>
Monto a deducir	<u>Q. 600,000.00</u>
Renta imponible 1994	Q. 5,500,000.00
(-) Deducción por reinversión de utilidades	<u>Q. 600,000.00</u>
Nueva renta imponible	<u>Q. 4,900,000.00</u>

TARIFAS DE IMPUESTO

Las personas individuales deben calcular su impuesto con la siguiente tarifa:

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

De más de	a	Importe Fijo	Más el % sobre el excedente de la renta imponible de:
1. Q. 0.00	Q. 20,000.00	Q. 0.00	15% Q. 0.00
2. Q. 20,000.00	Q. 65,000.00	Q. 3,000.00	20% Q. 20,000.00
3. Q. 65,000.00	en adelante	Q. 12,000.00	25% Q. 65,000.00

(Artículo 43 de la Ley)

Las personas jurídicas deben calcular el impuesto, aplicando a la renta imponible la tarifa única del 25% (veinticinco por ciento). (Artículo 44 de la Ley).

LIBROS Y REGISTROS

Los contribuyentes obligados a llevar contabilidad completa de acuerdo con el Código de Comercio, para los efectos tributarios deben cumplir con las obligaciones contenidas en dicho código, en materia de llevar libros, registros, estados financieros y comprobantes numerados. (Artículo 46 de la Ley).

SISTEMAS DE CONTABILIDAD

Según el artículo 47 de la Ley del Impuesto sobre la Renta los contribuyentes obligados a llevar contabilidad, deben atribuir los resultados que obtengan en cada período de imposición, de acuerdo con el sistema contable de lo devengado, para ingresos y egresos, excepto en los casos especiales autorizados por la Dirección General de Rentas Internas. (Artículo 47 de la Ley).

DECLARACION JURADA Y ANEXOS

Las empresas de radiodifusión deben presentar dentro del plazo de noventa (90) días hábiles siguientes a la terminación del período de imposición, una declaración jurada de rentas calculando y pagando el impuesto correspondiente. (Artículo 54 de la Ley).

CUOTA ANUAL DE PERSONAS JURIDICAS

Las sociedades mercantiles deberán pagar una cuota anual del uno por millar (1 o/oo) sobre su activo neto, dicha cuota no podrá exceder de Q. 20,000.00 veinte mil quetzales y debe pagarse en el mes de enero de cada año. (Artículo 72 de la Ley).

5.4.2 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A.)

Este impuesto está contenido en el Decreto No. 27-92 del Congreso de la República y en el Acuerdo Gubernativo No. 509-92, Ley y Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado respectivamente.

En el artículo 3 de la Ley inciso 2 se mencionan los servicios prestados en el territorio nacional, como un hecho generador del impuesto lo que significa que los servicios de radiodifusión constituyen un hecho generador del Impuesto al Valor Agregado.

Según el artículo 4, el impuesto se causa en el momento de la emisión de la factura o comprobante por la venta de bienes muebles o por la prestación de servicios.

La tarifa del impuesto es del siete por ciento (7%) sobre la base

imponible, el cual, para el caso de ventas o de prestación de servicios a consumidores finales deberá estar incluido dentro del precio de venta según el artículo 10 de la Ley.

LA BASE DEL IMPUESTO

Según el artículo 12 de la Ley, en las prestaciones de servicios será el precio de los mismos menos los descuentos concedidos de acuerdo con prácticas comerciales. Debe adicionarse a dicho precio, aún cuando se facturen o contabilicen en forma separada, los siguientes rubros:

- 1) Los reajustes y recargos financieros.
- 2) El valor de los bienes que se utilicen para la prestación del servicio.
- 3) Cualquier otra suma cargada por los contribuyentes a sus adquirentes, que figure en las facturas o comprobantes.

EL DEBITO FISCAL

El débito fiscal es la suma del impuesto cargado por el contribuyente en las operaciones afectas realizadas en el período impositivo respectivo (Artículo 14 de la Ley).

En otras palabras es el impuesto cobrado en las facturas o incluido en los comprobantes que emite el contribuyente en determinado mes.

EL CREDITO FISCAL

El crédito fiscal es la suma del impuesto cargado al contribuyente

por las operaciones afectas realizadas durante el mismo período.
(Artículo 15 de la Ley).

En otras palabras es el impuesto que el contribuyente paga o incurre por las compras que efectúa o por los servicios que le prestan.

No procede crédito fiscal, por la importación o adquisición de bienes o la utilización de servicios que se apliquen a actos no gravados o a operaciones exentas o que no guarden relación alguna con la actividad económica del contribuyente, salvo prueba contraria.
(Artículo 16 de la Ley).

Además el crédito fiscal sólo lo reconoce por el impuesto que conste en las respectivas facturas, notas de débito, en el recibo cuando se trate de importaciones o en las escrituras públicas, siempre que los documentos se encuentren registrados en el libro de compras (Artículo 18 de la Ley).

El Impuesto a pagar, es la diferencia entre el total de débitos y el total de créditos fiscales generados. (Artículo 19 de la Ley).

El crédito fiscal debe reportarse en la declaración mensual según la fecha de las facturas, sin embargo, puede reclamarse el crédito fiscal, como máximo en los dos meses inmediatos siguientes. (Artículo 20 de la Ley).

Cuando hay remanente de crédito fiscal en favor del contribuyente,

dicho remanente se acumulará a los créditos fiscales del siguiente período.

Cuando un contribuyente tiene remanente de crédito fiscal al finalizar dos períodos consecutivos podrá:

- 1) Solicitar que se le impute a cualquier clase de tributo incluso retenciones de impuestos, intereses, multas y recargos cuya recaudación corresponda a la Dirección.
- 2) Solicitar el reembolso de dicho remanente.
- 3) Solicitar que se le emitan vales tributarios aplicables al pago de cualquier impuesto, que serán al portador y negociables. (Artículo 22 de la Ley).

La Dirección General de Rentas Internas actualmente está devolviendo los excedentes de Crédito Fiscal de la siguiente manera:

1. Para los créditos fiscales acumulados hasta el 30 de junio de 1992 por medio de vales tributarios que son al portador y negociables.
2. Para los créditos fiscales acumulados a partir del primero de julio de 1992 la devolución se está efectuando con cheque, lo que significa efectivo. Para tener derecho a reembolso de créditos fiscales se debe presentar la solicitud en formulario DRIVA-21 y únicamente en los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre de cada año.

DOCUMENTOS OBLIGATORIOS

Las radiodifusoras están obligadas conforme el artículo 29 de la Ley a emitir los siguientes documentos:

- A) Facturas, en las operaciones que realicen con otros contribuyentes, incluso respecto de sus ventas exentas.
- B) Comprobantes, en las ventas que realicen y por los servicios que presten a las personas que no sean contribuyentes, incluso respecto de sus ventas exentas.
- C) Notas de envío, cuando no se emiten de inmediato las facturas.
- D) Notas de débito, para aumentos de precio o recargos sobre operaciones ya facturadas.
- E) Notas de crédito, para devoluciones o descuentos sobre operaciones ya facturadas.

Estos documentos deben ser autorizados por la Dirección General de Rentas Internas.

En el caso de ventas exentas, éstas las deben documentar con constancias de exención autorizadas por la Dirección General de Rentas Internas.

FACTURAS ESPECIALES

Cuando un contribuyente adquiere bienes o servicios de personas individuales que, por la naturaleza de sus actividades, no le extiendan facturas, deberá emitir una factura especial por cuenta del vendedor y le retendrá el impuesto. (Artículo 52 de la Ley).

El impuesto retenido deberá satisfacerse con timbres fiscales, ad-

heridos a la factura o en efectivo. (Artículo 54 de la Ley).

Independiente de las obligaciones que establece el Código de Comercio en cuanto a la contabilidad, los contribuyentes deben llevar y mantener al día un libro de compras y uno de ventas. (Artículo 37 de la Ley).

Los contribuyentes deberán abrir una cuenta especial en la contabilidad para los débitos y para los créditos fiscales. (Artículo 38 de la Ley).

La declaración y pago deberá efectuarse dentro del mes calendario siguiente al período vencido, en formularios gratuitos que dará la Dirección. (Artículos 40 y 41 de la Ley).

5.4.2 LEY DEL IMPUESTO DE TIMBRES FISCALES Y DE PAPEL SELLADO ESPECIAL PARA PROTOCOLO

Esta Ley está contenida en el Decreto No. 37-92 del Congreso de la República y su Reglamento en el Acuerdo Gubernativo No. 737-92. En el artículo 2 de la Ley se establece que están afectos los documentos que contengan los actos y contratos siguientes:

- Los contratos civiles y mercantiles.
- Los documentos otorgados en el extranjero que hayan de surtir efectos en el país, al tiempo de ser protocolizados, de presentarse ante cualquier autoridad o ser citados en cualquier actuación notarial.

- Los documentos públicos o privados cuya finalidad sea la comprobación del pago con bienes o sumas de dinero.
- Los comprobantes de pago emitidos por las aseguradoras o afianzadoras, por concepto de primas pagadas o pagos de fianzas correspondientes a pólizas de toda clase de seguro o de fianza.
- Los recibos o comprobantes de pago por retiro de fondos de las empresas o negocios, para gastos personales de sus propietarios o por viáticos no comprobables.

La tarifa del impuesto es del tres por ciento (3%) y el mismo se determina aplicando la tarifa al valor de los actos y contratos afectos. (Artículo 4 de la Ley).

Existen también tarifas específicas, las cuales están establecidas en el artículo 5 de la Ley, y las que se pueden aplicar a una empresa de radiodifusión, son las siguientes:

- Auténticas de firmas efectuadas por el Estado
cada una Q. 10.00
- Por cada razón puesta por los registros públicos
al pie de los documentos que se presentan para
su registro. Q. 0.50
- Documentos acreditativos del nombramiento a cargos
o comprobantes de representación de personas jurídicas. Q. 100.00
- Actas de legalización notarial de firmas o documentos. . 5.00
- Patentes:

- Para empresas individuales. Q. 50.00
- Para Sociedades Mercantiles. Q. 200.00
- Testimonios de las escrituras públicas de constitución, transformación, modificación, liquidación o fusión de sociedades mercantiles en la primera hoja. Q. 250.00
 - Según el artículo 7 cuando el valor de un documento sea de hasta Q. 33.00 Treinta y tres quetzales no se genera impuesto.

Las exenciones están detalladas en los artículos 10 y 11 y se mencionan a continuación, las que se relacionan con una radiodifusora:

- Todos los contratos y documentos que están gravados con el Impuesto al Valor Agregado (I. V. A.).
- Los recibos o comprobantes de pago por sueldos, viáticos, gastos de representación, aguinaldo y prestaciones laborales.
- Las aportaciones de capital de sociedades.

FORMA DE PAGO

En todos los documentos que contienen actos o contratos gravados el impuesto se cubrirá adhiriendo timbres fiscales, por medio de máquinas estampadoras o en efectivo en las cajas fiscales o en los bancos del sistema nacional. (Artículo 17 de la Ley).

5.4.4 LEY DEL IMPUESTO SOBRE CIRCULACION DE VEHICULOS

Como se dijo antes, las empresas de radiodifusión están afectas a

este impuesto, cuando son propietarias de algún vehículo.

En la mayoría de los casos estas empresas necesitan un vehículo para el departamento técnico y en ocasiones otro que se utiliza como unidad móvil para transmisiones a control remoto.

Esta Ley está contenida en el Decreto No. 64-87 del Congreso de la República, y en el artículo 1 establece un impuesto anual sobre circulación de vehículos, que deberá ser pagado por los propietarios de vehículos afectos, que se desplacen sobre medio terrestre en el territorio nacional.

El Impuesto sobre Circulación de Vehículos, se aplicará a partir del 1 de enero de cada año, generándose en forma inmediata para los vehículos que se encuentran en circulación en esa fecha, para los vehículos importados por particulares, a partir de la fecha de su retiro de la Aduana; y para los vehículos importados por Agencias Distribuidoras autorizadas y para los vehículos fabricados en el país, al momento de su venta. (Artículo 2 de la Ley).

La tasa de impuestos es sobre el valor de los vehículos y según el modelo. El artículo 5 de la ley establece una tabla que según el modelo, es decir el año de fabricación, va desde 1 por millar en disminución hasta el 0.10 por millar.

Además el Ministerio de Finanzas Públicas elabora anualmente un listado de valores para cada modelo sobre los cuales se debe cal-

cular el impuesto.

Para los vehículos con más de diez (10) años de uso se establece un impuesto mínimo de Q. 30.00 treinta quetzales exactos.

Según el artículo 20, el Impuesto de Circulación de Vehículos se liquidará en un solo pago anual y en ningún caso se concederá pagos fraccionados del impuesto.

5.4.5 LEY DEL IMPUESTO UNICO SOBRE INMUEBLES

Esta Ley se encuentra contenida en el Decreto No. 62-87 del Congreso de la República y también es aplicable a las empresas de radiodifusión cuando éstas son propietarias de algún inmueble.

Según el artículo 1, se establece un impuesto único anual sobre el valor de los bienes inmuebles situados en el territorio de la República.

El impuesto establecido por esta Ley recae, sobre los bienes inmuebles, rústicos, o rurales y urbanos, integrando los mismos el terreno, las estructuras, construcciones, instalaciones adheridas al inmueble y sus mejoras; así como los cultivos permanentes.

Para los efectos de la determinación del impuesto, no integrará la base imponible el valor de los bienes siguientes: 1) la maquinaria y equipo, 2) en las propiedades rústicas o rurales, las viviendas, escuelas, puestos de salud, dispensarios u otros centros de bene-

ficio social para los trabajadores de dichas propiedades. (Artículo 3 de la Ley).

La base del impuesto estará constituida por la suma de los valores de los distintos inmuebles que pertenezcan a un mismo contribuyente en calidad de propietario o poseedor. (Artículo 4 de la Ley).

TASAS AL VALOR

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

	VALOR INSCRITO	IMPUESTO
Hasta	Q. 2,000.00	Exento
de	Q. 2,000.01 a Q. 20,000.00	2 o/oo
de	Q. 20,000.01 a Q. 70,000.00	6 o/oo
de	Q. 70,000.01 en adelante	9 o/oo

(Artículo 11 de la Ley.)

REQUERIMIENTO Y PAGO DEL IMPUESTO

La Dirección emitirá los requerimientos de pago del impuesto, los que podrá fraccionar en cuatro (4) cuotas trimestrales iguales que el contribuyente pagará en las cajas receptoras del Ministerio, Administraciones Departamentales de Rentas Internas, Receptorías Fiscales, Tesorerías Municipales o Bancos del Sistema.

Los pagos trimestrales deberán enterarse de la siguiente forma:

Primera cuota	En el mes de abril;
Segunda cuota	en el mes de julio;

te puede explotarlos por sí o ceder el uso a particulares de acuerdo a la Ley. Las normas que regulan los servicios de radiocomunicaciones son las que provienen de la Ley de Radiocomunicaciones y de los tratados o convenios internacionales.

En el capítulo segundo que consta de los artículos 6 y 7, se habla de las atribuciones del Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas y de la Dirección General de Radiodifusión.

Entre las atribuciones del Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas están las siguientes:

- Refrendar los acuerdos gubernativos por medio de los cuales se otorguen, cancelen o revoquen concesiones de servicios radioeléctricos.
- Autorizar o denegar la instalación y funcionamiento de los servicios de radiocomunicaciones privadas y estaciones radioeléctricas.
- Cambiar frecuencia o cancelar el uso de las mismas.
- Velar porque las estaciones que funcionan en el país, cumplan con las disposiciones técnicas recomendadas o adoptadas por los organismos internacionales o aceptadas por Guatemala.

Entre las atribuciones de la Dirección General de Radiodifusión están las siguientes:

- Vigilar el funcionamiento de todos los servicios radioeléctri-

cos del país.

- Dictaminar desde el punto de vista técnico en los expedientes para instalación y operación de todo tipo de estaciones, radioeléctricas.
- Autorizar el cambio de lugar de las estaciones.
- Autorizar la fabricación, importaciones, desalmacenaje y tenencia de equipos transmisores y sus accesorios.

El capítulo tercero en los artículos 8 al 22 trata de las concesiones autorizadas para la utilización de servicios radioeléctricos, según el artículo 8 se entiende por concesión la facultad que el Estado otorga a particulares para explotar los servicios radioeléctricos.

Las concesiones para explotar estaciones comerciales que utilicen canales de radio o televisión, se otorgan por acuerdo gubernativo hasta por el término de veinticinco años. El Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas queda encargado de evitar el abuso en el otorgamiento de concesiones para explotar comercialmente estaciones de radio o televisión.

Los interesados en obtener una concesión deberán presentar su solicitud a la Dirección General de Radiodifusión y constituir un depósito de Q. 200.00. Este depósito será devuelto al otorgarse o denegarse la concesión. Si la concesión se otorga, el concesionario prestará y mantendrá a favor del Estado una fianza de tres mil quetzales exactos Q. 3,000.00, hasta la fecha en que la estación

principio a funcionar para garantizar que no serán alteradas sin autorización previa, las características en que la concesión fué otorgada.

En el acuerdo de concesión se especificará:

- 1) La frecuencia o canal asignado;
- 2) Los distintivos de llamada;
- 3) El nombre de la estación;
- 4) El nombre del concesionario;
- 5) La ubicación del equipo emisor;
- 6) La potencia autorizada;
- 7) El sistema radiador y sus especificaciones técnicas;
- 8) El horario de funcionamiento;
- 9) La duración de la concesión y
- 10) Las demás condiciones y requisitos necesarios.

El capítulo IV trata sobre la nulidad, caducidad y revocatoria de las concesiones.

El Capítulo V se refiere a las características y funciones del servicio de radiodifusión y, entre las principales están las siguientes:

La radiodifusión constituye un servicio de interés público. A través de la radiodifusión se debe:

- 1) Mantener el respeto a los principios de la moral, a la dignidad humana y al vínculo familiar;

- 2) Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, conservar la propiedad del idioma y exaltar los valores materiales y espirituales de la nación;
- 3) Fomentar y divulgar los principios de la democracia, de la unidad nacional y de la amistad y cooperación internacionales.

Por cada hora de transmisión se debe difundir no más de veinte minutos de anuncios comerciales, los que no son acumulables.

Las estaciones de radio y televisión están obligadas a transmitir sin costo alguno los boletines del Gobierno de la República que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, con la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prevenir o remediar cualquier calamidad pública y los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones, aeronaves en que se solicite auxilio.

Los concesionarios de radio o de televisión están obligados a encadenar su emisora a la estación piloto que designe la Dirección General de Radio y Televisión, cuando se transmitan informaciones de trascendencia para la nación. Las estaciones de radio y televisión están obligadas a contribuir al desarrollo del arte radiofónico nacional, para lo cual deben incluir en su programación la actuación de artistas nacionales, también deben contribuir a la difusión de la música nacional.

Todos los radioperiódicos, noticieros y programas de comentarios

deberán registrarse en la Dirección General de Radiodifusión, antes de iniciar sus actividades.

5.4.7 DISPOSICIONES DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL.

Las contribuciones que los patronos deben pagar al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, no constituyen directamente un impuesto pues son cuotas que se pagan para beneficio de los trabajadores, tanto para servicios de atención médica como para pago de prestaciones en dinero, en el caso de suspensión temporal por enfermedad común o accidentes, jubilaciones e incapacidad física.

La Ley del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social se encuentra contenida en el Decreto No. 295 del Congreso de la República, emitido el 30 de octubre de 1946.

Las cuotas establecidas para los patronos son del 10% en la ciudad capital y los siguientes departamentos: Baja Verapaz, Totonicapán, Zacapa, Jalapa, Quiché, Sacatepéquez, Sololá y Escuintla; y del 6% en los siguientes departamentos: Alta Verapaz, Chimaltenango, El Progreso, Huehuetenango, Izabal, Jutiapa, Petén, Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Santa Rosa, y Suchitepéquez.

La diferencia en los porcentajes se debe a que en el 10% se incluyen las siguientes aportaciones:

- Enfermedad Común y Maternidad. 4%
- Accidentes en General. 3%

- Invalidez, Vejez y sobrevivencia.	3%
T O T A L	10%

Mientras que en el 6% únicamente se incluyen las siguientes aportaciones:

- Accidentes en General.3%
- Invalidez, Vejez y Sobrevivencia.	3%
T O T A L	6%

Quedando prácticamente los departamentos de: Alta Verapaz, Chimaltenango, El Progreso, Huehuetenango, Izabal, Jutiapa, Petén, Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Santa Rosa y Suchitepéquez fuera del programa de Enfermedad Común y Maternidad.

El monto de las cuotas patronales y de los trabajadores deberá pagarse mensualmente con la presentación de planillas de seguridad social y demás documentos inherentes a los mismos, elaborados en formularios especiales que para el efecto distribuye el Instituto.

Por cada mes calendario se presenta una planilla de Seguridad Social. Esta planilla debe contener la declaración "bajo juramento" correspondiente a los trabajadores y sus salarios cuyos períodos de pago, cualquiera que éstos sean, terminan dentro del mes calendario.

Los patronos deben presentar sus planillas y pagar simultáneamente el valor de las cuotas patronales y de los trabajadores, dentro

de los veinte primeros días del mes calendario del mes siguiente al que corresponden dichas cuotas.

5.4.8 LEY DE INCENTIVOS FISCALES A LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Esta Ley está contenida en el Decreto No. 73-89 del Congreso de la República y en contra posición de las leyes que se han comentado anteriormente, ésta no constituye ningún impuesto sino por el contrario, contiene incentivos para las empresas que se dedican a la comunicación social.

En el artículo 1, se menciona que la ley tiene por objeto estimular el desarrollo de la comunicación social, para que sin perjuicio de la libre emisión del pensamiento, se logre su más amplia difusión, a través de los medios respectivos.

Según el artículo 2, se entenderá como medios de comunicación social clasificables, aquellos que fijen el pensamiento mediante procedimientos mecánicos o electrónicos empleados actualmente o que puedan emplearse en el futuro, para la reproducción de las ideas, tales como:

- Imprenta Periodística;
- Radiodifusión;
- Radiotelevisión.

En el artículo 3, se establece que las empresas reconocidas como medios de comunicación social deberán ser clasificadas como ta-

les por el Ministerio de Economía.

Los beneficios que la ley otorga están detallados en el artículo quinto, y son específicamente los siguientes:

A) Exención de Impuestos de Importación por un período de (5) cinco años sobre la importación de materiales utilizados en su respectiva actividad, en el caso de las radioemisoras será sobre la importación de discos, cintas, cassettes, en general todos aquellos artículos de aplicación en la reproducción de las ideas, siempre que se demuestre fehacientemente que los mismos son necesarios para la actividad de la empresa.

B) Exoneración por un período de (5) cinco años, del cincuenta por ciento (50%) del pago del Impuesto sobre la Renta sobre las utilidades generadas por esa actividad.

A este respecto cabe mencionar que con la emisión de la Ley de Supresión de Privilegios Fiscales, Decreto No. 59-92 del Congreso de la República, artículo tercero, se derogó la parte que se refiere a la exoneración del Impuesto sobre la Renta ya que esta Ley establece lo siguiente " Se derogan todas las exenciones y exoneraciones del Impuesto sobre la Renta concedidos por cualquier Ley de la República".

No obstante las empresas que se clasificaron antes de la vigencia de esta Ley, según el artículo cuarto continúan gozando de los beneficios hasta la finalización del plazo que es de cinco años a

partir de la fecha de su clasificación.

Esto significa también que las empresas que no se han clasificado pueden hacerlo, pero únicamente para gozar de la exoneración de los impuestos de importación y hasta que se cumplan los cinco años de que se clasificó la primera empresa como medio de comunicación social.

Los períodos de exención y exoneración principiarán a contarse a partir de la fecha en que entre en vigor el acuerdo de clasificación respectivo.

En el artículo 13, se menciona que en lo relativo al cálculo del período de exención y exoneración, las empresas que se establezcan con posterioridad a la primera que se clasifique para una determinada actividad, gozarán de los mismos beneficios y por el tiempo que le reste a la primera empresa beneficiada.

En el artículo 6, se menciona la información mínima que debe llenar la solicitud de clasificación, al ser presentada ante el Ministerio de Economía, siendo estos los siguientes:

- a) Nombre y datos generales del propietario o del representante legal, si se tratare de persona jurídica.
- b) Localización de la empresa para la que se requiere clasificación.
- c) Clasificación que se solicita.

Además el artículo 7, menciona los documentos que se deben adjuntar a la solicitud, siendo los siguientes:

- a) Fotocopia legalizada de la patente de comercio y de la escritura constitutiva, si se trata de sociedad.
- b) Fotocopia legalizada del nombramiento del representante legal, si fuere persona jurídica.
- c) Certificación contable del Balance General y del Estado de Resultados del año anterior, si se encuentra instalada y operando o estados proyectados, si está por instalarse.
- d) Justificación técnica y económica que deberá contener por lo menos la inversión realizada o por realizarse; la estructura ocupacional, el espacio que se designa para programas culturales, educativos y de fomento turístico, el listado de maquinaria, equipo, repuestos, accesorios y materiales que requiere la empresa con su respectiva partida arancelaria, firmada por economista debidamente colegiado.

El Ministerio de Economía clasificará a la empresa solicitante y autorizará los rubros sujetos a exención de derechos arancelarios por medio de Acuerdo Ministerial. (Artículo 8 de la Ley).

En el artículo 11, se mencionan los requisitos que las empresas deben cumplir para poder disfrutar de los beneficios, siendo éstos los siguientes:

- a) Que den ocupación al mínimo de empleados guatemaltecos conforme lo establece el Código de Trabajo ("Se prohíbe a los patronos

- emplear menos de un noventa por ciento de trabajadores guatemaltecos y pagar a éstos menos del ochenta y cinco por ciento del total de salarios") y el cumplimiento de las leyes laborales, de previsión social y demás leyes ordinarias aplicables.
- b) Que dediquen espacio para programas educativos y culturales que fomenten el interés turístico, o que divulguen las tradiciones o el folklore guatemalteco.
 - c) Que cumplan con los salarios para esa actividad y que se capacita al personal.
 - d) Que dedican espacio para programas de formación y capacitación técnica, dirigida a la población de áreas marginales rurales y urbanas.

Esta Ley fué publicada en el Diario Oficial, el 29 de diciembre de 1989 y entró en vigor al día siguiente.

5.4.9 LEY DEL INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DEL PERIODISTA

Esta Ley está contenida en el Decreto No. 56-90 del Congreso de la República y para darle mayor efectividad fué modificado por el decreto No. 13-92 del Congreso de la República, debido a que originalmente creaba un timbre para ser adherido a las facturas, sin embargo con la modificación se puede incluir el valor del timbre en la factura. También fué modificado por el Decreto No. 7-94 del Congreso de la República, según este decreto se modifica entre otros el artículo 3, donde la tasa del 2.5 o/oo cambia al 5 o/oo del valor de la publicidad, además se instituye la modalidad de aproximar las fracciones de centavo sea cual sea su valor, a la

unidad inmediata superior.

Esta Ley constituye un impuesto para toda persona individual o jurídica que contrate los servicios de un medio de comunicación social, es decir que contrate publicidad. La tasa es del 5 o/oo (cinco por millar) del valor de la publicidad.

De tal forma que las emisoras de radio están obligadas a cobrar el 5 o/oo sobre los servicios de publicidad que presten y enterarlo al Instituto de Previsión Social del Periodista, dentro de los 10 (diez) días siguientes al mes a que corresponda, mediante una declaración jurada.

Así mismo si una emisora de radio contrata un anuncio en prensa, revistas, televisión o bien en otra radio deberá cancelar el timbre de prensa.

A este respecto el Decreto No. 7-94 del Congreso de la República (Reformas al Decreto No. 56-90, Ley del Instituto de Previsión Social del Periodista) amplía el campo de actividades afectas, ya que además de las emisoras de radio, canales de televisión y periódicos, incluye a los directorios, guías u otros medios utilizados con fines informativos, publicitarios, promocionales o propagandísticos, así mismo el Timbre de Prensa afecta también la producción de todo anuncio publicitario y propaganda elaborados en Guatemala o el extranjero, difundidos en el país.

Según el artículo 8 párrafo 4to. de la Ley, toda factura o comprobante de pago por servicios de publicidad a los que se refiere esta Ley, que no lleve adherido el Timbre de Prensa o no tenga constancia de haber cubierto el porcentaje establecido, no tendrá valor contable.

5.4.10 LEY DEL INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DEL ARTISTA GUATEMALTECO

Esta Ley se encuentra contenida en el Decreto No. 81-90 del Congreso de la República y por medio de él se crea el Instituto de Previsión Social del Artista Guatemalteco, como una entidad autónoma, con personalidad jurídica, patrimonio propio, con facultades para adquirir derechos y contraer obligaciones.

El Instituto de Previsión Social del Artista Guatemalteco, tiene como objetivos fundamentalmente: proteger, estimular y promover el desarrollo de la cultura, la investigación y la planificación de programas que contribuyan eficientemente a la superación profesional del artista sea intelectual, creativo, intérprete o artesano, que reúna los méritos reglamentarios.

En el capítulo II de esta Ley se menciona lo relativo al Timbre de Garantía Artístico, que es la fuente principal de ingresos para el Instituto.

Según el artículo 32 inciso a) del Decreto No. 81-90, el Timbre de Garantía Artístico afecta el monto del valor de discos, cassettes,

cartuchos, cintas grabadas, videocassettes, video-tapes, pistas, jingles de cualquier naturaleza, así como cualquier otro tipo de material grabado en el país, con el 2%. El Timbre de Garantía Artístico deberá ser cubierto y adherido a los artículos, productos o documentos.

El inciso b) grava con el 3% el valor de discos, cassettes, cartuchos, cintas vírgenes, cintas grabadas, video-tapes, pistas, jingles de cualquier naturaleza y cualquier tipo de material grabado en el extranjero, que ingrese al país o sea regrabado en Guatemala. El Timbre de Garantía Artístico deberá ser cubierto y adherido a los artículos, productos o documentos y/o pólizas aduanales.

Según el artículo 33 de la misma Ley, las empresas de canales de televisión y radiodifusoras cubrirán el Timbre de Garantía Artístico, equivalente al 2.5 por millar, conforme a la declaración jurada de ingresos, que se presenta ante el Instituto de Previsión Social del Artista Guatemalteco, los cuales serán deducibles del Impuesto sobre la Renta.

5.4.11 CODIGO DE TRABAJO

Este código se encuentra contenido en el Decreto No. 1441 del Congreso de La República, ha sido reformado por los Decretos No. 1486, 1618 y 64-92 del Congreso de La República y por los Decretos-Leyes No. 45 y 57 del Jefe de Gobierno de la República.

Las radiodifusoras deben regular sus relaciones con los trabajado-

res por medio del Código de Trabajo. A continuación se mencionan algunos aspectos de dicho código que son de observancia general:

Según el artículo 13, se prohíbe a los patronos emplear menos de un noventa por ciento (90%) de trabajadores guatemaltecos y pagar a éstos menos del ochenta y cinco por ciento (85%), del total de los salarios que en sus respectivas empresas se devenguen, salvo lo que sobre el particular establezcan, leyes especiales.

Con respecto al contrato individual de trabajo, el artículo 18 establece que: Contrato individual de trabajo sea cual fuere su denominación, es el vínculo económico jurídico mediante el que una persona (trabajador) queda obligado a prestar a otra (patrono), sus servicios personales o a ejecutarle una obra, personalmente bajo la dependencia continuada y dirección inmediata o delegada de esta última, a cambio de una retribución de cualquier clase o forma.

Según el artículo 28, las empresas deben extender el contrato de trabajo por escrito en tres ejemplares: uno que debe recoger cada parte en el acto de celebrarse, y otro que el patrono queda obligado a hacer llegar al Departamento Administrativo de Trabajo, del Ministerio de Trabajo y Previsión Social directamente o por medio de la autoridad de trabajo más cercana, dentro de los quince días posteriores a su celebración, modificación o novación.

En el artículo 58, se establece que "Todo patrono que ocupe en su

empresa permanentemente diez o mas trabajadores, queda obligado a elaborar y poner en vigor su respectivo reglamento interior de trabajo.

Según el artículo 59, el reglamento interior de trabajo debe ser aprobado previamente por la Inspección General de Trabajo; debe ser puesto en conocimiento de los trabajadores con quince días de anticipación a la fecha en que va a comenzar a regir; debe imprimirse en caracteres fácilmente legibles y se ha de tener constantemente colocado, por lo menos en dos de los sitios mas visibles del lugar de trabajo o, en su defecto, ha de suministrarse impreso en un folleto a todos los trabajadores de la empresa.

En el artículo 102, se establece que todo patrono que ocupe permanentemente a diez o mas trabajadores, debe llevar un libro de salarios autorizado y sellado por el Departamento Administrativo del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, el que está obligado a suministrar modelos y normas para su debida impresión.

Cuando el patrono ocupe a tres o más trabajadores sin llegar al limite de diez, debe llevar planillas de conformidad con los modelos que adopte el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.

Con respecto a los descansos semanales, todo trabajador que labore a plazo fijo o por tiempo indeterminado, y cuyo salario le sea cubierto por unidad de tiempo o de obra, tiene derecho a disfrutar de un día de descanso remunerado despues de cada semana ordinaria

de trabajo, o de cada seis días de trabajo continuo. (artículo 126 Código de Trabajo).

Según el segundo párrafo del artículo 129, se entiende que cuando el salario se estipule por quincena, o por mes, incluye en forma implícita el pago de los días de descanso semanal o de los días de asueto que no se trabajen.

En cuanto a vacaciones en el artículo 130, se indica que todo trabajador tiene derecho a un período de vacaciones remuneradas, después de cada año de trabajo continuo al servicio de un mismo patrono.

El artículo 102 inciso i) de la Constitución Política de la República de Guatemala, establece que todos los trabajadores tienen derecho a 15 días hábiles de vacaciones anuales pagadas después de cada año de servicios continuos, a excepción de los trabajadores de empresas agropecuarias, quienes tendrán derecho a diez días hábiles de vacaciones.

El salario mínimo de las empresas de radiodifusión por ser empresas de servicios, está regulado por el Acuerdo Gubernativo No. 122-92, en el cual se fija un salario mínimo en la Actividad Económica de Servicios de Q.1.45 por hora; Q.11.60 por día y Q. 348.60 por mes.

5.4.12 CODIGO TRIBUTARIO

El Código Tributario contenido en el Decreto No. 6-91 del Congreso

de la República, establece una serie de sanciones a las diferentes infracciones cometidas. Las más importantes se resumen a continuación:

- La defraudación tributaria será sancionada con multa equivalente al 100% del tributo omitido y determinado por la Administración Tributaria. (artículos 84, 85, y 86).
- La omisión de pago de tributos mientras no configure defraudación, apropiación o retención indebida del tributo se sanciona con un 20% del tributo omitido. (artículos 88 y 89).
- No enterar las retenciones percibidas o pagarlas fuera del plazo establecido por las leyes tributarias, será sancionado con multa del 100% del impuesto retenido. Si las retenciones se enteran extemporáneamente, en forma voluntaria, la sanción se reducirá al 50%. (artículo 91).
- Enterar los impuestos extemporáneamente se sujeta al pago de intereses resarcitorios, los que se calcularán sobre el importe del tributo adeudado y serán equivalentes a la suma que resulte de aplicar a dicho tributo, la tasa de interés simple máxima anual que determine la Junta Monetaria, para efectos tributarios. El cálculo de los intereses será a partir del día fijado por la ley, para pagar el tributo y en ningún caso se cobrarán intereses resarcitorios por más de 2 años. (artículos 58 y 59).
- Omitir los deberes formales y materiales constituye infracción y está sancionado según el artículo 94. Son deberes formales y materiales los siguientes:
 - A. Registrarse como contribuyente o responsable.

- B. Dar aviso de cualquier cambio de los datos de identificación.
- C. Emitir facturas y documentos con los requisitos de ley.
- D. Asentar operaciones en los libros y registros contables.
- E. Presentar las declaraciones dentro del tiempo fijado por la ley.

Quando se infringen estas formalidades, se aplican sanciones específicas que se encuentran detalladas en el artículo mencionado anteriormente.

5.4.13 LEY DE BONIFICACION ANUAL PARA TRABAJADORES DEL SECTOR PRIVADO Y PUBLICO.

Según el artículo 1 de esta Ley (Decreto No. 42-92 del Congreso de la República), se establece con carácter de prestación laboral obligatoria para todo patrono, tanto del sector privado como del sector público, el pago a sus trabajadores de una bonificación anual equivalente a un salario o sueldo ordinario que devengue el trabajador. Esta prestación es adicional e independiente al aguinaldo anual que obligatoriamente se debe pagar al trabajador.

El artículo 2 establece que la bonificación anual será equivalente al cien por ciento (100%) del salario o sueldo ordinario devengado por el trabajador en el mes, para los trabajadores que hubieren laborado al servicio del patrono, durante un año ininterrumpido y anterior a la fecha de pago. Si la duración de la relación laboral fuere menor de un año, la prestación será proporcional al tiempo trabajado.

Para determinar el monto de la prestación, se tomará como base el promedio de los sueldos o salarios ordinarios devengados por el trabajador en el año, el cual termina en el mes de junio de cada año.

La bonificación deberá pagarse durante la primera quincena del mes de julio de cada año. Si la relación laboral termina, por cualquier causa, el patrono deberá pagar al trabajador, la parte proporcional correspondiente al tiempo corrido entre el uno de julio inmediato anterior y la fecha de terminación. (artículo 3 de la Ley).

Esta bonificación, se debe tomar en cuenta para el cálculo de la indemnización laboral en la proporción de seis meses de servicios o por el tiempo trabajado si fuere menor de seis meses. (artículo 4 de la Ley), pero no se tomará en cuenta para el cálculo del aguinaldo anual. (artículo 6 de la Ley).

5.4.14 BONIFICACION INCENTIVO PARA TRABAJADORES DEL SECTOR PRIVADO

Según el Decreto No. 78-89 del Congreso de la República, se creo la Bonificación Incentivo para Trabajadores del Sector Privado, con el objeto de estimular y aumentar su productividad y eficiencia.

(artículo 1 de la Ley).

La bonificación por productividad y eficiencia deberá ser convenida en las empresas de mutuo acuerdo y en forma global con los

trabajadores, no estará afecta a cuotas del IGSS, IRTRA e INTECAP, salvo que patronos y trabajadores acuerden pagar dichas cuotas. (artículo 2 de la Ley).

Además, según el artículo 7 de la misma Ley, se crea una bonificación incentivo no menor de quince centavos de quetzal (Q.0.15), para las actividades agropecuarias y de treinta centavos de quetzal (Q. 0.30), en las demás, que deberá calcularse por hora ordinaria efectiva de trabajo.

CONCLUSIONES

1. En Guatemala existen emisoras de radio Oficiales, Culturales y Comerciales; las Oficiales pertenecen al Gobierno y no son lucrativas, las Culturales tampoco son lucrativas y se sostienen a base de aportes de instituciones nacionales o internacionales, a diferencia de las Comerciales que son lucrativas y se dedican a la venta de publicidad y son las que existen en mayor número en nuestro país.

2. La organización de las empresas de radiodifusión en Guatemala, se realiza en la actualidad mediante la constitución de Sociedades Anónimas y muy pocas se crean como empresas individuales. Existen además varias Sociedades de Responsabilidad Limitada, de las cuales un buen número tienen planes de transformarse en Sociedades Anónimas.

3. Las frecuencias utilizadas comercialmente por las radioemisoras en Guatemala, son las dos mas conocidas, es decir, la Amplitud Modulada (A. M.) y la Frecuencia Modulada (F. M.).

4. El Sistema de Contabilidad que utilizan las empresas de radiodifusión en nuestro país, es el de lo devengado, por ser el que presenta en forma adecuada la situación financiera, los resultados de operación y flujos de efectivo, conforme a Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y además, por ser el que la Ley del Impuesto sobre la Renta establece como

sistema obligatorio.

5. De acuerdo a las entrevistas sostenidas con Contadores de algunas cadenas de radioemisoras en Guatemala, se comprobó que no se tiene en uso un manual contable y, que en algunos casos se han realizado intentos pero no se han concretado.
6. La nomenclatura contable es un instrumento que sí es utilizado por la mayoría de las empresas de radiodifusión en Guatemala; cada una la ha diseñado de acuerdo a sus necesidades y además, reúnen los requisitos mencionados en el capítulo cuarto de este trabajo.
7. Las empresas de radiodifusión en nuestro país, son empresas comerciales, que están afectas a los impuestos vigentes, por tal motivo, necesitan contar con un asesor de impuestos que les provea de asesoría, con el objeto de que cumplan justa y oportunamente sus obligaciones tributarias. Para el efecto será necesario disponer de un calendario tributario, con el fin de tener presentes las fechas críticas de vencimiento de las obligaciones tributarias que les corresponden.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda, que se adopte el Sistema de Contabilidad de lo Devengado por aquellas empresas de radiodifusión en Guatemala, que no lo tienen en uso, para lograr que sus resultados económicos se reflejen en los estados financieros de una manera razonable y de acuerdo a Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, con lo cual también cumplirán con lo establecido por la Ley del Impuesto sobre la Renta.

2. Es importante la creación de un manual contable con los requisitos sugeridos en este trabajo y, ajustarlo a las necesidades de cada empresa, para ponerlo en uso con el fin de lograr la uniformidad de sus operaciones contables y de sus funciones administrativas.

3. Se recomienda mantener el uso de una nomenclatura contable de acuerdo a las especificaciones apuntadas en el capítulo cuarto de este trabajo, con lo cual se garantiza la agilización de la contabilización de las operaciones de las empresas de Radiodifusión en Guatemala.

4. Además de contar con un calendario tributario, es conveniente la contratación de Contadores Públicos y Auditores (Individuales o Firmas), para que le presten servicios de asesoría y consultoría tributaria, con el fin de lograr que se cumplan los compromisos tributarios adecuada y oportunamente, evitan-

do así, incurrir en contingencias fiscales.

5. Es necesario que se reforme la Ley de Radiocomunicaciones y que se elabore su Reglamento, con el propósito de mejorar su aplicación y el cumplimiento de la misma, para lograr la superación de las radiocomunicaciones y de los gremios que de una u otra manera, se relacionan con la radiodifusión de Guatemala.

BIBLIOGRAFIA**TEXTOS CONSULTADOS**

1. CUADERNOS DE CONTABILIDAD INTERMEDIA
ESTRADA CASTILLO, DONALDO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
USAC, 1992
2. DERECHO FISCAL
PORRES LOPEZ, A.
TEXTOS UNIVERSITARIOS, S. A.
MEXICO 1 D.F. (s.f.)
3. LA INFORMACION EN RADIO
DE LEON, VICTOR HUGO
TIPOGRAFIA NACIONAL
GUATEMALA, PRIMERA EDICION, 1985
4. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
S. STEIMBERG, CHARLES Y BLUEN.WILLIAM
EDITORIAL EL ROBLE
MEXICO, 1992
5. LA RADIO POR DENTRO Y POR FUERA
GARCIA CAMARGO, JIMMY
EDITORIAL CRESPAL
QUITO ECUADOR, 1980
6. SISTEMAS DE CONTABILIDAD
PRIETO, ALEJANDRO
EDITORAL BANCA Y COMERCIO
MEXICO, 1964
7. SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS
LAZZARO, VICTOR
EDITORIAL DIANA
MEXICO, 1977

LEYES CONSULTADAS

1. LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 26-92

2. LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 27-92
3. LEY DEL IMPUESTO DE TIMBRES FISCALES Y PAPEL SELLADO ESPECIAL
PARA PROTOCOLO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 37-92
4. LEY DEL IMPUESTO SOBRE CIRCULACION DE VEHICULOS
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 64-87
5. LEY DEL IMPUESTO UNICO SOBRE INMUEBLES
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 62-87
6. LEY DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 295
7. LEY DE INCENTIVOS FISCALES A LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 73-89
8. LEY DEL INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DEL PERIODISTA
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 56-90
9. LEY DE RADIOCOMUNICACIONES
GOBIERNO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 433
10. LEY DEL INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DEL ARTISTA GUATEMALTECO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 81-90
11. CODIGO DE TRABAJO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 1441
12. CODIGO TRIBUTARIO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 6-91
13. LEY DE BONIFICACION ANUAL PARA TRABAJADORES DEL SECTOR PRIVADO

Y PUBLICO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 42-92

14. BONIFICACION INCENTIVO PARA TRABAJADORES DEL SECTOR PRIVADO
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
DECRETO No. 78-89

A N E X O N o . 1

EMPRESA RADIO MUSICAL

POLIZA DE DIARIO

FECHA 30 DE JUNIO DE 1993

No. 01/06

CUENTA PRINCIPAL	SUB- CUENTA	CONCEPTOS	PARCIALES Q.	DEBE Q.	HABER Q.
110201		<u>CUENTAS POR COBRAR</u>		203,623 00	
410100		<u>VENTAS DE SERVICIOS -BRUTO-</u>			189,858 28
210700		<u>DEBITO FISCAL I.V.A.</u>			13,290 08
210300		<u>GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR</u>			
	410	Timbre del Periodista			474 64
Póliza de ventas correspondiente al mes de junio de 1993, según registro de ventas.					
				203,623 00	203,623 00

HECHO POR: lad

EMPRESA RADIO MUSICAL

POLIZA DE DIARIO

FECHA 30 DE JUNIO DE 1993

No. 02/06

CUENTA PRINCIPAL	SUB-CUENTA	CONCEPTOS	PARCIALES Q.	DEBE Q.	HABER Q.
110101		<u>BANCO UNO, S. A.</u>		90,795 56	
213000		<u>COMISIONES POR PAGAR</u>			
	908	Mercomún Publicidad	7,263 64		
	912	McCann Erickson	4,842 42		
	914	Publicidad Tikal Limitada	605 30		
	920	Contacto Publicidad	3,055 38		
	926	Publiamerca, S.A.	6,932 15		
	934	Interfase Publicidad	907 96		
	936	Modernoble Publicidad	1,815 91	25,422 76	
110501		<u>CREDITO FISCAL POR COMPRAS</u>		1,779 59	
110302		<u>IMPUESTO SOBRE LA RENTA</u>			
	210	Retenciones del I.S.R.		3,631 82	
210500		<u>RETENCIONES POR LIQUIDAR</u>			
	908	Mercomún Publicidad	290 55		
	912	McCann Erickson	193 70		
	914	Publicidad Tikal Limitada	24 21		
	920	Contacto Publicidad	122 20		
	926	Publiamerca, S.A.	277 29		
	934	Interfase Publicidad	72 64		
	936	Modernoble Publicidad	36 32		1,016 91
110201		<u>CUENTAS POR COBRAR</u>			120,612 82
		Valor de los ingresos por cobrar a clientes realizados el 11 de junio de 1993.			
				121,629 73	121,629 73

HECHO POR: lad

EMPRESA RADIO MUSICAL

POLIZA DE DIARIO

FECHA 30 DE JUNIO DE 1993

No. 03/06

CUENTA PRINCIPAL	SUB-CUENTA	CONCEPTOS	PARCIALES Q.	DEBE Q.	HABER Q.	
110501		<u>CREDITO FISCAL POR COMPRAS</u>		8,121	40	
210700		<u>DEBITO FISCAL I.V.A.</u>		14,449	95	
210300		<u>GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR</u>				
	400	Cuota Patronal IGSS por Pagar	699	21		
	405	Cuota Laboral IGSS por Pagar	246	95		
	410	Timbre del Periodista	381	88		
				1,328	04	
210500		<u>RETENCIONES POR LIQUIDAR</u>		1,296	49	
213000		<u>COMISIONES POR PAGAR</u>		3,146	77	
110101		<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>				
	01	Sueldos Ordinarios	5,300	00		
	45	Servicios de Terceros	1,800	00		
	50	Fletes y Transportes	872	00		
	55	Arrendamientos	2,100	00		
	65	Papeleria y Utiles de Oficina	515	31		
	70	Combustibles y Lubricantes	2,621	89		
	75	Cuotas y Suscripciones	150	00		
	80	Luz, Agua y Teléfono	8,933	52		
	85	Impuestos y Contribuciones Fiscales	104	09		
	90	Atenciones a Clientes	381	27		
	25	Bonificaciones Legales	215	29		
	110	Reparaciones y Mantenimiento	4,929	66		
	199	Gastos Varios	159	32		
				28,082	35	
510100		<u>COSTO DE PRODUCCION</u>				
	50	Fletes y Transportes	521	00		
	70	Combustibles y Lubricantes	692	35		
	80	Luz, Agua y Teléfono	3,951	21		
	110	Reparaciones y Mantenimiento	1,689	56		
	85	Impuestos y Contribuciones Fiscales	66	95		
	115	Producciones Radiales	895	40		
	120	Repuestos y Accesorios	530	59		
		VAN.....	8,347	06	56,425	00

HECHO POR: lad

EMPRESA RADIO MUSICAL

POLIZA DE DIARIO

FECHA 30 DE JUNIO DE 1993

No. 03/06

CUENTA PRINCIPAL	SUB-CUENTA	CONCEPTOS	PARCIALES Q.	DEBE Q.	HABER Q.
		VIENEN.....	8,347 06	56,425 00	---
	95	Viáticos y Alimentación	2,319 61		
	199	Otros Gastos	221 93	10,888 60	
610300		<u>GASTOS DE VENTAS</u>			
	100	Anuncios, Publicidad y Propaganda	1,149 60		
	41	Servicios de Monitoreo	1,700 75	2,850 35	
110101		<u>BANCO UNO, S. A.</u>			61,862 75
110501		<u>CREDITO FISCAL POR COMPRAS</u>			6,998 59
210500		<u>RETENCIONES POR LIQUIDAR</u>			991 33
210300		<u>GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR</u>			
	405	Cuota Laboral IGSS por Pagar			311 28
		Valor de los egresos del banco por concepto de los pagos efectuados durante el mes de junio de 1993.			
				70,163 95	70,163 95

HECHO POR: lad

EMPRESA RADIO MUSICAL

POLIZA DE DIARIO

FECHA 30 DE JUNIO DE 1993

No. 04/06

CUENTA PRINCIPAL	SUB-CUENTA	CONCEPTOS	PARCIALES Q.	DEBE Q.	HABER Q.
610100		<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>			
	10	Vacaciones	221 00		
	15	Indemnizaciones	441 50		
	20	Aguinaldos	441 50		
	35	Seguro Social Patronal	636 00	1,740 00	
210300		<u>GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR</u>			
	400	Cuota Patronal IGSS por Pagar			636 00
220300		<u>PROVISION PARA INDEMNIZACIONES</u>			441 50
212500		<u>OTRAS OBLIGACIONES</u>			
	415	Reserva Vacaciones	221 00		
	420	Reserva Aguinaldos	441 50		662 50
		Póliza de prestaciones laborales correspondientes al mes de junio de 1993.-			
				1,740 00	1,740 00

HECHO POR: lad

EMPRESA RADIO MUSICAL

POLIZA DE DIARIO

FECHA 30 DE JUNIO DE 1993

No. 05/06

CUENTA PRINCIPAL	SUB-CUENTA	CONCEPTOS	PARCIALES Q.	DEBE Q.	HABER Q.
510300		<u>COMISIONES A AGENCIAS Y OTROS</u>		41,768 82	
213000		<u>COMISIONES POR PAGAR</u>			
	943	Publigardi	1,920 31		
	908	Marcomún Publicidad	6,541 35		
	906	Publicidad Universal	2,221 50		
	936	Modernoble Publicidad	1,449 30		
	922	Publimedios	540 60		
	930	Tobar & Conde Publicidad	3,790 25		
	923	Eco, S. A.	2,998 01		
	938	Comunica Publicidad	4,491 79		
	934	Interfase Publicidad	5,401 00		
	925	Gutiérrez Machado Publicidad	860 40		
	924	F.C.B. Publicidad	1,295 00		
	933	Idegráfica Publicidad	4,168 91		
	913	Inversiones Publicitarias	3,922 93		
	932	Concepto, S. A.	2,167 47		41,768 82
		Valor de las comisiones correspondientes al mes de junio de 1993, pendientes de pago.-		41,768 82	41,768 82
HECHO POR: lad					

A N E X O N o . 2

RADIO MUSICAL
BALANCE GENERAL
AL 30 DE JUNIO DE 1993

ACTIVO

CIRCULANTE

Caja y Bancos	Q. 94,374.37	
Cuentas Comerciales Por Cobrar	714,456.54	
Otros Deudores	868,827.37	
Crédito Fiscal I.V.A.	3,474.51	
Gastos Anticipados	<u>32,442.66</u>	Q.1,713,575.45

F I J O

Terrenos	10,382.00	
Edificios e Instalaciones	21,408.46	
Mobiliario y Equipo	109,979.49	
Equipo de Radiodifusión Planta	59,313.10	
Equipo de Radiodifusión Estudios	203,478.57	
Equipo de Grabación	15,952.92	
Vehículos	100,000.00	
Otros Activos Fijos	<u>3,045.61</u>	

SUB-TOTAL 523,560.15

(-) Depreciaciones Acumuladas 228,342.25 295,217.90

CARGOS DIFERIDOS

Gastos de Organización -Neto-	8.10	
Derechos de Frecuencia	4,000.00	
Construcciones En Proceso	<u>71,584.86</u>	<u>75,592.96</u>

TOTAL DEL ACTIVO Q. 2,084,386.31

RADIO MUSICAL
BALANCE GENERAL
AL 30 DE JUNIO DE 1993

PASIVO

CORTO PLAZO

Cuentas Comerciales por Pagar	Q.845,928.35	
Gastos Acumulados por Pagar	7,230.40	
Retenciones por Liquidar	713.25	
Débito Fiscal I.V.A.	17,217.82	
Anticipos de Clientes	14,288.52	
Otras Obligaciones	32,385.21	
Comisiones por Pagar	111,012.74	
Depósitos por Liquidar	<u>56,049.57</u>	Q.1,084,825.86

LARGO PLAZO

Préstamos	88,600.00	
Provisión para Indemnizaciones	<u>16,664.27</u>	<u>105,264.27</u>

TOTAL DE PASIVO 1,190,090.13

CAPITAL Y RESERVAS

Capital Social	56,278.05	
Reserva Legal	<u>46,488.36</u>	102,766.41

RESULTADOS ACUMULADOS

Utilidades Acumuladas	426,232.82	
Resultados del Periodo	<u>365,296.95</u>	<u>791,529.77</u>

TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL Q.2,084,386.31

RADIO MUSICAL
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 DE JULIO DE 1992 AL 30 DE JUNIO DE 1993

<u>VENTAS NETAS</u>		
VENTAS DE SERVICIOS -BRUTO-		Q. 803,018.87
Descuentos y Ajustes sobre Ventas		<u>(252.00)</u>
<u>TOTAL DE INGRESOS</u>		802,766.87
<u>COSTOS DIRECTOS</u>		
Gastos de Producción	46,213.15	
Comisiones A Agencias y Otros	<u>208,218.80</u>	Q. <u>254,431.95</u>
<u>UTILIDAD (PERDIDA) BRUTA</u>		548,334.92
<u>GASTOS DE OPERACION</u>		
Gastos de Administración	165,771.15	
Gastos de Ventas	<u>12,238.24</u>	<u>178,009.39</u>
<u>RESULTADO DE OPERACION</u>		Q. 370,325.53
<u>OTROS GASTOS Y PRODUCTOS</u>		
<u>(-) OTROS GASTOS</u>		
Gastos Financieros		6,704.82
<u>(+) OTROS PRODUCTOS</u>		
Otras Ventas o Ingresos		<u>1,676.24</u>
<u>RESULTADO DEL PERIODO</u>		Q. <u>365,296.95</u>

RADIO MUSICAL
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO
POR EL AÑO TERMINADO EL 30 DE JUNIO DE 1993

FLUJO DE EFECTIVO PROVENIENTE POR ACTIVIDADES DE OPERACION

Utilidad neta. Q.365,296.95

CONCILIACION ENTRE LA UTILIDAD NETA POR ACTIVIDADES DE OPERACION:

Depreciaciones 5,203.74

AUMENTOS Y/O DISMINUCIONES EN EL ACTIVO CIRCULANTE

Incremento en Cuentas Por Cobrar Q. (16,216.58)
 Incremento en Crédito Fiscal IVA (1,032.58)
 Disminución en Otros Deudores 9,904.82

AUMENTOS Y/O DISMINUCIONES EN EL PASIVO CIRCULANTE

Incremento en Gastos Acum. Por Pagar 185.58
 Incremento en Débito Fiscal IVA 152.85
 Incremento en Otras Obligaciones 20,225.35
 Incremento en Comisiones Por Pagar 2,070.74
 Disminución en Prov. para prestaciones Laborales (2,740.61)
 Incremento en Retenciones por liquidar 392.02
 Disminución en Cuentas Por Pagar (17,646.53)

Efectivo neto provisto por actividades de operación 365,795.75

FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSION

Compra de Equipo de Radiodifusión (10,700.00)

Efectivo neto usado en actividades de inversión (10,700.00)

FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO

Pago de utilidades (54,141.33)
 Reserva Legal 4,309.67
 Efectivo neto provisto por actividades de financiamiento (49,831.66)

AUMENTO NETO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO Q.305,264.09

EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL INICIO DEL AÑO 210,889.72

EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL AÑO Q.94,374.37

RADIO MUSICAL
ESTADO DE UTILIDADES RETENIDAS
POR EL AÑO TERMINADO EL 30 DE JUNIO DE 1993

<u>SALDO AL 1 DE JULIO DE 1992.</u>	Q.480,374.15
(-) PAGO DE UTILIDADES.	Q. 54,141.33
(+) UTILIDAD DEL EJERCCICIO 1993.	<u>Q.365,296.25</u>
<u>SALDO AL 30 DE JUNIO DE 1993.</u>	<u>Q.791,529.77</u>

RADIO MUSICAL
NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 30 DE JUNIO DE 1993

NOTA I

Cada cuenta del balance general, debe de ser adecuadamente integrada. Por ejemplo:

CAJA Y BANCOS

Caja Chica	1,000.00
Banco Uno, S.A.	7,500.00
Banco Continental, S. A.	23,500.00
Banco Reformador, S. A.	<u>62,374.37</u>
TOTAL	<u><u>94,374.37</u></u>

En esta forma, las cuentas comerciales por cobrar deben integrarse mediante un "Análisis de Antigüedad de Cuentas por Cobrar", y así sucesivamente con cada cuenta del balance general.

RADIO MUSICAL
COMISIONES A AGENCIAS Y OTROS
MES DE JUNIO DE 1993

	MENSUAL	ACUMULADO
906 Publicidad Universal	2,221.50	11,074.24
908 Mercomún Publicidad	6,541.35	32,608.82
913 Inversiones Publicitarias	3,922.93	19,555.92
917 Concepto, S. A.	2,167.47	10,804.90
922 Publimedios	540.60	2,694.91
923 Eco, S. A.	2,998.01	14,945.17
924 F.C.B. Publicidad	1,295.00	6,455.62
925 Gutiérrez Machado Publicidad	860.40	4,289.12
930 Tobar & Conde	3,790.25	18,894.52
933 Idegráfica Publicidad	4,168.91	20,782.14
934 Interfase Publicidad	5,401.00	26,924.14
933 Modernoble Publicidad	1,449.30	7,224.80
938 Comunica Publicidad	4,491.79	22,391.72
942 Publigardi	0. 1,920.31	9,572.78
TOTALES	0. 41,768.82	208,218.80

RADIO MUSICAL
GASTOS DE ADMINISTRACION
MES DE JUNIO DE 1993

	<u>MENSUAL</u>	<u>ACUMULADO</u>
001 Sueldos y Salarios Ordinarios Q.	5,300.00	31,800.00
010 Vacaciones	221.00	1,326.00
015 Indemnizaciones	441.49	2,648.94
020 Aguinaldos	441.49	2,648.94
025 Bonificaciones Legales	215.29	1,600.00
035 Seguro Social Patronal	636.00	3,816.00
045 Servicios de Terceros	1,800.00	10,040.00
050 Fletes y Transportes	872.00	4,360.00
055 Arrendamientos	2,100.00	20,200.00
060 Correos y Telégrafos	----	8.90
065 Papelería y Utiles	515.31	4,122.48
070 Combustibles y Lubricantes	2,621.89	11,113.32
075 Cuotas y Suscripciones	150.00	1,800.00
080 Luz, Agua y Teléfono	8,933.52	44,402.96
085 Impuestos y Contribuciones	104.00	995.42
090 Atenciones a Clientes	381.27	4,131.05
095 Viáticos y Alimentación	----	6,193.90
110 Reparaciones y Mantenimiento	4,929.66	9,001.29
120 Repuestos y Accesorios	----	4,820.03
199 Gastos Varios	159.32	741.92
TOTALS	<u>Q. 29,822.24</u>	<u>165,771.15</u>

RADIO MUSICAL
GASTOS DE PRODUCCION
MES DE JUNIO DE 1993

	<u>MENSUAL</u>	<u>ACUMULADO</u>
045 Servicios de Terceros	Q. ---.--	4,496.00
050 Fletes y Transportes	521.00	3,991.40
060 Correos y Telégrafos	---.--	21.00
070 Combustibles y Lubricantes	692.35	4,150.00
080 Luz, Agua y Teléfono	3,951.21	10,414.52
085 Impuestos y Contribuciones	66.95	291.99
095 Viáticos y Alimentación	2,319.61	4,191.37
105 Gastos de Vehículos	---.--	2,869.69
110 Reparaciones y Mantenimiento	1,689.56	6,195.36
115 Producciones Radiales	895.40	3,149.11
120 Repuestos y Accesorios	530.59	2,360.90
125 Promociones	---.--	3,421.75
130 Material de Grabación	---.--	---.--
199 Otros Gastos	221.93	660.06
TOTALES	<u>Q. 10,888.60</u>	<u>46,213.15</u>

**RADIO MUSICAL
GASTOS DE VENTAS
MES DE JUNIO DE 1993**

	<u>MENSUAL</u>	<u>ACUMULADO</u>
041 Servicios de Monitoreo	1,700.75	3,125.49
045 Servicios de Terceros	Q. ----	2,600.00
047 Encuestas	----	2,137.24
100 Anuncios, Publicidad y Propaganda	1,149.60	2,475.31
125 Promociones	---,--	1,900.20
TOTALES	Q. 2,850.35	12,238.24

GASTOS FINANCIEROS

042 Descuentos por Pronto Pago	-----	-----
144 Intereses	1,590.00	6,640.00
155 Comisiones y Cambios Bancarios	12.00	64.82
TOTALES	1,602.00	6,704.82