

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



Auditoría de Estados Financieros a la Empresa
Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima
(Tesis de Licenciatura)

Alma Estela Urías Hernández

Guatemala, agosto 2016

Auditoría de Estados Financieros a la Empresa
Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima
(Tesis de Licenciatura)

Alma Estela Urías Hernández

Lic. Francisco Escobar Pérez, (**Asesor**)

Lic. Julio Antonio Cantoral López, (**Revisor**)

Guatemala, agosto 2016

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M. A. Ronaldo Antonio Girón

Vice Decano

M. Sc. Samuel Aron Zabala Vásquez

Coordinador



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.ACCA.CPA.A03-PS.012.2016

**LA DECANATURA DE LA FACULTAS DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 06 DE AGOSTO DE 2016
ORDEN DE IMPRESIÓN**

Tutor: Licenciado Francisco Javier Escobar
Revisor: Licenciado Julio Antonio Cantoral López
Carrera: ACCA en Contaduría Pública y Auditoría

Tesis titulada: "AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS A LA EMPRESA
DISEÑO Y PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA"

Presentada por: Alma Estela Urías Hernández

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

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Girón
Decano

Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 29 de Febrero de 2016

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana – Campus Los Álamos

Guatemala.

Estimados Señores:

En virtud de que la Tesis I presentada por la estudiante Alma Estela Urías Hernández, carné No. 2012 04430, previo a optar al grado académico de “Licenciado en Contaduría Pública y Auditoría” cumple con los requisitos técnicos y de contenido establecidos por la Universidad Panamericana, por tal motivo extiendo el presente dictamen favorable con una calificación de 85 puntos, para que continúe el proceso de Tesis II.

Atentamente,



Lic. Francisco Javier Escobar

Colegiado Activo No. 3046

LIC. JULIO ANTONIO CANTORAL LÓPEZ

Contador Público y Auditor

7ª. Avenida 5-10 zona 4, Centro Financiero, Torre II, Nivel 13, Oficina 1- Teléfonos (502) 5704-6026
Fax: (502) 6631-8364 01010 Guatemala C. A.
jcantoralcpa@yahoo.com

3 de mayo de 2016

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
M.A. César Augusto Custodio Cobar (Decano)
M Sc. Samuel Aron Zabala Vásquez (Coordinador)
Universidad Panamericana
Ciudad.

Estimados señores:

En relación al trabajo de tesis denominada “Auditoría de Estados Financieros a la empresa Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima”, realizado por Alma Estela Urías Hernández, carné No. 201204430, estudiante de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que la misma cumple con los requisitos, para ser sometido al Examen por Competencias Profesionales (ECP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado según la revisión realizada en dicho trabajo de tesis.

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



Lic. Julio Antonio Cantoral López
Colegiado No. 1690

JACL/cngm

cc. file

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Marco contextual	
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Aspectos de la Organización	2
1.1.2 Información Comercial	4
1.1.3 Proceso Productivo	4
1.1.4 Información Financiera y Contable	6
1.1.5 Información Fiscal de Diseño y Publicidad, S. A.	6
1.1.6 Diagnóstico General	8
1.2 Planteamiento del problema	8
1.3 Pregunta de investigación	9
1.4 Justificación	10
1.4.1 Análisis FODA	10
1.5 Objetivos	12
1.5.1 Objetivo General	12
1.5.2 Objetivos Específicos	12
1.6 Alcances y límites	12
Capítulo 2	
Marco Conceptual	
2.1 Definición de contabilidad	14
2.2 Estados financieros	15
2.2.1 Consideraciones Generales	16
2.2.2 Políticas Contables	17
2.2.3 Estructura y Contenido de los Estados Financieros	19
2.2.4 Análisis de Estados Financieros	25

2.2.5	Análisis de Razones Financieras	27
2.2.6	Análisis Dupont	31
2.3	Auditoría De Estados Financieros	34
2.3.1	Definición de Auditoría	34
2.3.2	Importancia de la Auditoría	35
2.3.3	Objetivos de la Auditoría	35
2.3.4	Beneficios de la Auditoría	35
2.3.5	Procedimientos de la Auditoría	36
2.3.6	Etapas de la Auditoría	37

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1	Tipo de Investigación	40
3.2	Sujetos de la Investigación	40
3.3	Instrumentos de la Investigación	40
3.3.1	Observación	41
3.3.2	Entrevista	41
3.3.3	Encuesta	41
3.3.4	Investigación Documental	41
3.4	Diseño de la Investigación	42
3.5	Aporte Esperado	42
3.5.1	A la Empresa	42
3.5.2	A la Universidad	43
3.5.3	A los Estudiantes	43

Capítulo 4

Resultados y Análisis de la Investigación

4.1	Muestreo	44
4.2	Resultados de la Investigación	44

4.3	Análisis de Resultados	46
4.3.1	Análisis de Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	46
4.3.2	Análisis Contable	47
4.3.3	Análisis Tributario	57
4.3.4	Análisis Financiero	62

Capítulo 5

Propuesta de Solución o Mejora

5.1	Introducción	67
5.2	Justificación	68
5.3	Objetivos De La Propuesta	68
5.3.1	Objetivo General	68
5.3.2	Objetivos Específicos	69
5.4	Desarrollo de la Propuesta	69
5.5	Programa de Implementación	69
5.5.1	Estructura Organizacional	69
5.5.2	Aspectos Legales y Fiscales	70
5.5.3	Trabajo de Auditoría	71
5.5.4	Informes	72
5.5.5	Asesoría Fiscal	72
5.6	Presupuesto de la Propuesta	73
5.6.1	Tiempo de la Auditoría	73
5.7	Conclusiones de la Investigación	73
5.7.1	Dictamen de los Auditores y Estados Financieros	74
	Conclusión	91
	Referencias	93

Resumen

El desarrollo del presente informe se enfocó en los Estados Financieros de la entidad Diseño y Publicidad, S. A. Según el diagnóstico realizado se identificó como área crítica la ausencia de una auditoría de estados financieros, pues con más de siete años de operatoria en el mercado guatemalteco no se ha realizado ninguna y el consejo de accionistas desea saber cuál ha sido el crecimiento de la misma para permitirse realizar nuevas inversiones, así como también la verificación acerca del cumplimiento de sus obligaciones en general.

Según la debilidad encontrada se propone elaborar una “Auditoría de Estados Financieros” la cual incluye: análisis financiero para determinar la principal fuente generadora de utilidades, análisis del cumplimiento de sus obligaciones tributarias según el régimen al cual se encuentra inscrita, revisión y análisis sobre la presentación de información financiera y contable a la administración y entidades fiscalizadoras.

La evaluación dio inicio con un diagnóstico integral en donde se conocieron las generalidades, capital inicial, legislación que la regula, estructura organizacional, misión, visión, información social y mercado hacia el cual va dirigido.

La debilidad encontrada permitió establecer la metodología de la investigación y se elaboró un plan que sirvió de guía para poner en marcha la elaboración de una Auditoría de Estados Financieros. Inicialmente se realizó un estudio descriptivo y de observación, seguido de visitas en donde se revisó la documentación necesaria para establecer la aplicación del proceso productivo, contable, financiero y fiscal, a través de un análisis Dupont se logró determinar la principal fuente generadora de utilidades.

Toda la información recabada sirvió de base para la elaboración y desarrollo de la propuesta de mejora la cual se presenta en el capítulo cinco.

Introducción

La administración de Diseño y Publicidad, S. A., considera necesario para tomar nuevas decisiones de inversión, identificar la principal fuente generadora de utilidades y conocer con certeza si todos los procedimientos contables y financieros cumplen con los requisitos básicos legales y administrativos.

La evaluación integral realizada muestra que Diseño y Publicidad, S. A., desde el inicio de sus operaciones no ha sido objeto de una Auditoría de Estados Financieros, la cual es indispensable para proporcionar la información que la administración necesita.

Para desarrollar la funcionalidad de dicha Auditoría se procedió a entrevistar al personal involucrado: Director Financiero, Contador General, Jefe de costos, Jefe de Recursos Humanos, Jefe de Compras y Jefe de Ventas.

Tomando en consideración los aspectos mencionados, a continuación se detalla un resumen de los capítulos descritos:

En el capítulo número uno se encuentra la información general de la entidad, sus antecedentes históricos, objeto de su creación, estructura organizacional, legislación que le aplica, misión y visión, asimismo se realiza el planteamiento del problema y los objetivos de la realización del presente estudio.

El capítulo número dos presenta el marco conceptual con todas aquellas definiciones útiles para la investigación.

El capítulo número tres muestra el marco metodológico, presenta la metodología aplicada a la investigación, el sujeto de la investigación, los instrumentos a utilizar y el diseño de la investigación.

El capítulo número cuatro muestra los resultados y el análisis de la información, conclusiones y el Dictamen de los Auditores y Estados Financieros Auditados.

En el capítulo número cinco se presenta la propuesta de solución y mejora; y para finalizar se detallan las referencias bibliográficas y anexos

Capítulo 1

Marco Contextual

La presente Práctica Empresarial Dirigida, se enfocó en el análisis de los estados financieros de la entidad Diseño y Publicidad, S. A., lo cual se ha identificado como área crítica.

En base a esta debilidad, se decidió elaborar una propuesta que permita elaborar una Auditoría de estados financieros que proporcione:

- Conocimiento de la situación de la empresa.
- Conocimiento de la capacidad de pago de obligaciones a corto plazo.
- Suficiencia y proporcionalidad del capital de trabajo con el capital ajeno.
- Recuperación del importe de las ventas antes del vencimiento de sus obligaciones.
- Vencimiento de los pasivos corrientes esparcidos de manera conveniente.
- La racionalidad de las utilidades obtenidas en relación al capital invertido.

1.1 Antecedentes

Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima, es una entidad mercantil emprendida por jóvenes empresarios guatemaltecos, creada en Guatemala en el año dos mil siete. En sus inicios surgió bajo la figura de contribuyente individual y actualmente se ha conformado en una sociedad anónima. Su capital es de origen guatemalteco y su actividad principal es la impresión digital de gran formato, con énfasis en la calidad de servicio que se ofrece al consumidor.

El domicilio comercial se encuentra ubicado en zona 4 de Mixco, Condado El Naranjo, ciudad de Guatemala, y su domicilio fiscal en el municipio de Fraijanes, ciudad de Guatemala. Fue fundada en el mes de julio del año 2007 y se inscribió en el Registro Mercantil como Sociedad Anónima, con Patente de Comercio de Sociedad y Patente de Comercio de Empresa en categoría

única. En la Superintendencia de Administración Tributaria está registrada con su correspondiente número de identificación tributaria y quedó inscrita legalmente en el Registro Tributario Unificado el 01 de agosto del año 2007; su última modificación y actualización de datos fue realizada el 10 de septiembre del año 2014.

1.1.1 Aspectos de la Organización

1.1.1.1 Visión: Ser una empresa que se desarrolle de forma confiable, segura, sólida, flexible y rentable, construyendo el cambio en la era de las impresiones digitales, con la audacia y calidad humana de nuestra gente, con una gestión que se anticipe y adapte al cambio, aprenda de la experiencia e innove permanentemente.

1.1.1.2 Misión: Convertir las ideas en una solución estratégica rentable para nuestros clientes, colocándolos de esta manera como referentes del mercado. Entendiendo que el éxito de ambos está íntimamente relacionado.

1.1.1.3 Nosotros: Desarrollamos e integramos soluciones basadas en la información del cliente y en las nuevas tendencias, utilizando las últimas aplicaciones existentes en el mercado. Construimos el futuro, dotando a nuestros clientes de las herramientas de publicidad para competir.

1.1.1.4 Valores:

- Búsqueda constante de mejora de la calidad
- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Pasión por lo que hacemos
- Respeto

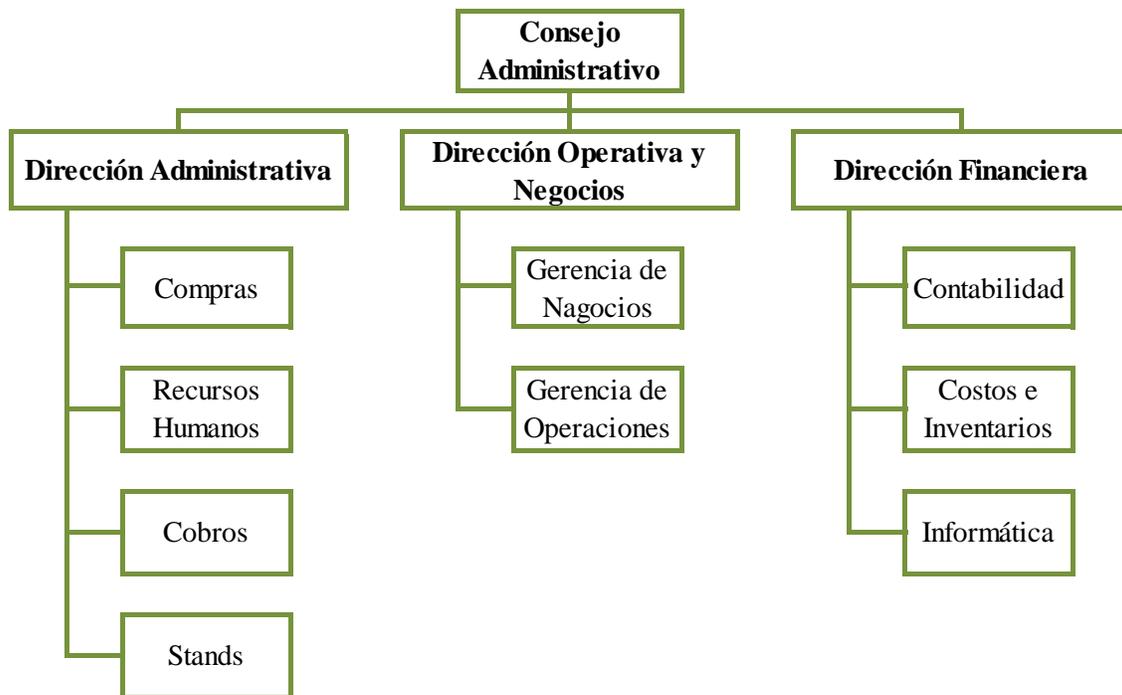
1.1.1.5 Estructura Organizacional:

El Consejo Administrativo de la entidad objeto de estudio está integrado de la siguiente manera:

- a) Dirección Administrativa: Integrada por compras, recursos humanos, cobros y facturación.
- b) Dirección Financiera: Integrada por contabilidad, inventarios y costos, e informática.
- c) Dirección Operativa y de Negocios: Integrada por la gerencia de negocios (ventas), operaciones y diseño.

Diseño y Publicidad, S. A.

Organigrama Maestro



Actualizado a noviembre 2013
Recursos Humanos Diseño y Publicidad, S. A.

1.1.2 Información Comercial

El objetivo de Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima, es la impresión publicitaria en gran formato, circuito de vallas, impresiones digitales, imprenta, montaje de eventos, promocionales y rotulación de vehículos. Asimismo, ofrece material P. O. P. -*Point of Purchase*, traducido al español, *Punto de Venta*-, como banderolas, cajas de luz, kioskos, exteriores, roll ups, etc.

1.1.2.1 Clientes: Diseño y Publicidad, S. A., dirige su mercado a todo tipo de clientes; se desarrolla con una cartera de clientes ubicada en territorio guatemalteco, en donde algunos de ellos poseen sucursales en países centroamericanos y también se cubre ese mercado.

1.1.2.2 Proveedores: Diseño y Publicidad, S. A., trabaja con proveedores guatemaltecos, quienes abastecen a la empresa de productos primarios para su producción como lona vinílica brillante y mate, mesh, backlight, microperforado, adhesivo, adhesivo vehicular 3M, planchas de pvc, planchas de poliestireno, adhesivo estático, coroplast, estileno, papel fotográfico, gráfico de piso, glossy, laminado, reflectivo 3M, etc.

1.1.3 Proceso Productivo

Diseño y Publicidad, S. A., en los últimos dos años ha obtenido un crecimiento económico significativo en el mercado nacional, por lo que se ha decidido adquirir un software para el registro de todas sus operaciones productivas, contables y financieras. Asimismo, ha sido necesario adquirir maquinaria con tecnología de punta para dar cumplimiento al abastecimiento del mercado al cual está dirigido.

Con las adquisiciones antes mencionadas, se espera obtener resultados positivos y procesos que permitan aplicar herramientas administrativas, productivas y financieras que favorezcan el crecimiento empresarial, y a su vez, coadyuven a expandir el mercado.

Para elaborar las órdenes de producción utilizan un documento llamado orden de venta -ODV- el cual es generado en el sistema electrónico por cada uno de los vendedores. Esta solicitud es trasladada al Departamento de Diseño para la elaboración de los artes correspondientes, los cuales, según sea el caso, antes de ser impresos, son enviados a pruebas de impresión y color para la aprobación final del cliente.

Posteriormente, cada ODV es trasladada a bodega para la preparación de los materiales a utilizar en la producción, seguidamente se traslada al taller de impresión. Una vez terminado el proceso de impresión, el producto va hacia el Taller de Acabados donde se convierte en producto final. En esta etapa del proceso, las producciones que incluyen instalación son trasladadas nuevamente a bodega con la solicitud de los materiales de instalación requeridos. Para la entrega del material al cliente, se utiliza una forma pre impresa llamada “Envío”, la cual se adjunta a la ODV y a la factura correspondiente.

El control de materia prima en bodega se lleva en hojas manuales en donde se anota la persona a la que se entregó el material.

Al final del proceso, todo lo anotado en dichas hojas debe coincidir con cada una de las órdenes producidas. Existen dos bodegas de inventario de materia prima, 1) el inventario general de materia prima y 2) el inventario de materia prima del taller de impresión, este último corresponde a los sobrantes de material después del proceso de impresión de cada pedido. Todos estos sobrantes se ajustan a ODV de producciones pequeñas y así se reutilizan los materiales, así mismo se utilizan como complemento de materiales de empaque y para resguardo de traslado de productos finales.

1.1.4 Información Financiera y Contable

Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima, se mantiene con capital propio y dos líneas de crédito autorizadas en uno de los bancos del sistema guatemalteco para su financiamiento.

Desde el inicio de operaciones Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima no ha sido objeto de una Auditoría de estados financieros, lo cual es necesario por el volumen de operaciones que maneja a la fecha.

1.1.5 Información fiscal de Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima

1.1.5.1 Código de Comercio. Decreto 2-70 del Congreso de la República y sus Reformas. Está sujeta a lo establecido en este código de acuerdo a los lineamientos a seguir en la estructura de la figura de sociedad anónima y a la obligación de llevar la contabilidad en forma organizada de acuerdo con el sistema de partida doble y haciendo uso de las Normas Internacionales de Contabilidad.

1.1.5.2 Código Tributario. Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala. Obedece todo lo dispuesto en el Código Tributario, a fin de realizar correctamente el pago de impuestos, sanciones y derechos a que se encuentra sujeta.

1.1.5.3 Código de Trabajo. Decreto 1441 del Congreso de la República de Guatemala. Se apega en aspectos generales a lo regulado en el Código de Trabajo para el pago de salarios. Cuenta con libro de salarios autorizado por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

1.1.5.4 Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Decreto 27-92 del Congreso de la República de Guatemala. Emite factura por cada trabajo realizado y también exige a cada proveedor le extienda la factura correspondiente por cada bien o servicio adquirido. Cuenta con sus respectivos libros de compras y ventas previamente autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria y el Registro Mercantil General de la República.

1.1.5.5 Ley de Actualización Tributaria -Impuesto sobre la Renta-. Decreto 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala. Se encuentra inscrita ante la Superintendencia de Administración Tributaria como persona jurídica en el régimen de Rentas de las Actividades Lucrativas, según el artículo 2. Asimismo, realiza pagos trimestrales tomando como base el artículo 38, párrafo 3, de una renta imponible estimada en un 8%, sobre la cual para el presente año es del 31%.

1.1.5.6 Ley del Impuesto de Solidaridad (ISO). Decreto 73-2008 del Congreso de la República de Guatemala. Por tratarse de una entidad jurídica y por encontrarse bajo los lineamientos del Régimen de las Actividades Lucrativas, Decreto 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala, debe contribuir con el pago del Impuesto de Solidaridad. Estos pagos se acreditan al pago del Impuesto sobre la Renta según corresponda.

1.1.5.7 Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. Decreto 295 del Congreso de la República de Guatemala. Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima está inscrita en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), con su correspondiente número patronal. Realiza pagos mensuales según lo establecido en el Acuerdo No. 1118, Reglamento sobre recaudación de contribuciones al régimen de seguridad social (Reformado por el Acuerdo No. 1058), sobre la base del total de sueldos ordinarios y extraordinarios pagados mensualmente a los trabajadores, descontando el 4.83% de cuota laboral al trabajador y pagando el 10.67% de cuota patronal, 1% de cuota al IRTRA (Instituto de Recreación para los Trabajadores) y 1% de INTECAP (Instituto Técnico de Capacitación y Productividad).

1.1.5.8 Ley del Instituto de Previsión Social del Periodista. Decreto 7-94 del Congreso de la República de Guatemala. Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima, paga mensualmente el cinco por millar del valor de su facturación por prestar servicios de publicidad y propaganda en medios de comunicación social. Este es un aporte obligatorio para el financiamiento del régimen de previsión social del periodista.

1.1.6 Diagnóstico General

De acuerdo a la información obtenida, se pudo observar que Diseño y Publicidad, S. A., posee clientes cuyo potencial es el que en gran medida le ha mantenido en el mercado guatemalteco desde su creación.

Asimismo se observó que en su mayoría el personal administrativo únicamente posee título a nivel diversificado y el personal de taller en su mayoría es de nivel educativo primario y básico, y algunos de ellos son menores de edad.

La ubicación de la empresa es en un sector de cómodo acceso, ofreciendo un amplio parqueo a los visitantes y en donde los niveles de delincuencia son escasos.

El sistema utilizado para las operaciones contables y financieras, SAP Business One, ofrece las herramientas necesarias para poder llevar el control necesario que requiere cada uno de los procesos.

1.2 Planteamiento del Problema

Derivado del análisis realizado a la entidad Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima se determinó que el problema principal que aqueja a la entidad es la ausencia de una auditoría de estados financieros que proporcione un análisis financiero de la situación de la empresa para procurar nuevas inversiones, asimismo, es un requerimiento de la Superintendencia de Administración Tributaria por haber sido calificada como contribuyente mediano especial.

La principal causa de este problema es la poca importancia que a la fecha los directivos han depositado en la elaboración de una auditoría de estados financieros, y a este momento se hace necesaria por los nuevos proyectos que se desean realizar y el requerimiento de la Superintendencia de Administración Tributaria.

Para efectos de esta Práctica Profesional Supervisada, se tomó como unidad de análisis los Estados Financieros de la entidad, a fin de proporcionar información financiera razonable y oportuna lo cual es fundamental en caso de ser objeto de una auditoría por parte de una de las entidades fiscalizadoras, así como también de conocer la situación de la empresa para la toma de decisiones y determinar cómo la empresa está obteniendo su rentabilidad.

1.3 Pregunta de Investigación

Diseño y Publicidad, S. A., con actividad hace siete años en el mercado guatemalteco, por su volumen de ingresos fue calificada como contribuyente mediano especial. Sabiendo sus obligaciones, es necesario elaborar una Auditoría de Estados Financieros, además que los socios necesitan su capacidad de inversión y su principal fuente generadora de utilidades.

¿Cuál es la importancia de la elaboración de una Auditoría de Estados Financieros en una compañía de impresión digital calificada como Contribuyente Mediano Especial ante la Superintendencia de Administración Tributaria, su capacidad de inversión y su principal fuente generadora de utilidades?

1.4 Justificación

La administración necesita realizar nuevas inversiones y para ello precisa conocer cuál es su principal fuente generadora de utilidades y si posee capacidad financiera para ejecutarla. Asimismo, la Auditoría de Estados Financieros es un requisito de la Superintendencia de Administración Tributaria para Diseño y Publicidad, S. A., desde que calificó como contribuyente mediano especial.

La elaboración de una Auditoría de Estados Financieros puede proporcionar esta información y además ayuda a detectar operaciones inapropiadas y a establecer si la información reflejada en

los mismos, se encuentra apegada a Normas Internacionales de Contabilidad y además la verificación del cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

1.4.1 Análisis FODA

Consiste en una herramienta esencial que provee de insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos proyectos o proyectos de mejora.

1.4.1.1 Factores Internos

Fortalezas:

- La amplia gama de productos que ofrece es elaborado en material de alta calidad.
- Se complace al cliente con lo que necesita.
- Experiencia y conocimiento del negocio de la dirección general.
- Altos volúmenes de venta.
- Sistema contable y financiero adecuado.
- Crecimiento a corto plazo.

Debilidades:

- Desconocimiento de la situación financiera de la empresa.
- Inexistencia de control por parte de auditoría externa.
- Personal de bajo perfil académico.
- No existe capacitación al personal de taller y ventas respecto del trato con el cliente.
- No se educa al cliente.
- Estructuración organizacional no adaptada a las necesidades del negocio.
- Excesiva rotación de personal.

1.4.1.2 Factores Externos

Oportunidades:

- Fácil acceso para los clientes por su ubicación.
- Amplio parqueo.
- Se trabaja únicamente en base a pedidos.
- Precios competitivos.
- Clientes de renombre a nivel nacional.
- Disponibilidad de horario las 24 horas del día los 365 días del año.

Amenazas:

- Pérdida de clientes por trato deficiente de parte de vendedores y personal de instalación.
- Publicidad limitada a una página en Internet.
- Poca actividad por parte de ventas en la búsqueda de nuevos clientes.
- Incumplimiento de pago de ciertos clientes en las fechas de vencimiento pactadas.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Elaborar una auditoría de estados financieros que proporcione información financiera que brinde resultados confiables para tomar la decisión de invertir en maquinaria que servirá para la ejecución de nuevos proyectos y a su vez disminuya los riesgos en la presentación de datos incorrectos a las instituciones correspondientes.

1.5.2 Objetivos específicos

- Obtener información financiera confiable que permita tomar decisiones adecuadas a la gerencia para procurar el crecimiento de la empresa.
- Disminuir los riesgos existentes por la presentación de información errónea a los entes fiscalizadores.
- Presentar un organigrama con la estructura organizacional idónea para la empresa.
- Proporcionar información que muestre la principal fuente generadora de utilidades.

1.6 Alcances y Límites

El desarrollo del presente trabajo, se realizó en las instalaciones del domicilio comercial de Diseño y Publicidad, S. A., en este lugar se centralizan todas las operaciones de la empresa. El alcance de la misma incluye todos sus departamentos y operaciones.

Por seguridad de la empresa, y a solicitud de la gerencia, no se utiliza para efectos de esta práctica el nombre real de la empresa, y asimismo, la información financiera corresponde a cifras estimadas, las cuales corresponden a datos presentados del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2014.

Capítulo 2

Marco Conceptual

2.1 Definición de Contabilidad

Contabilidad es la ciencia social que se encarga de estudiar, medir y analizar el patrimonio, situación económica y financiera de una empresa u organización, con el fin de facilitar la toma de decisiones en el seno de la misma, presentando la información de manera sistemática y útil para las partes interesadas. Aporta información de utilidad para el proceso de toma de decisiones económicas.

La contabilidad presenta resultados a través de estados financieros, por medio de los cuales se da a conocer la situación económica y financiera, así como también los cambios que experimenta la misma en un período determinado. Estos deben ser elaborados de acuerdo a principios y normas contables, o normas de información financiera.

Mediante resolución de la Junta Directiva del Instituto de Contadores Públicos y Auditores - IGCPA- publicada en el Diario de Centro América el 4 de junio de 2001, se adoptó el Marco Conceptual para la presentación de Estados Financieros y las Normas Internacionales de Contabilidad -NIC- emitidas por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad -IASC- (en inglés International Accounting Standards Committee) vigentes por ellos en ese momento, como Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Guatemala.

Asimismo en enero 2009, el IGCPA adoptó obligatoriamente como los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Guatemala a que se refiere el Código de Comercio, el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros y las Normas Internacionales de Información Financiera -NIIF (en Inglés International Financial Reporting standard -IFRS, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Información Financiera

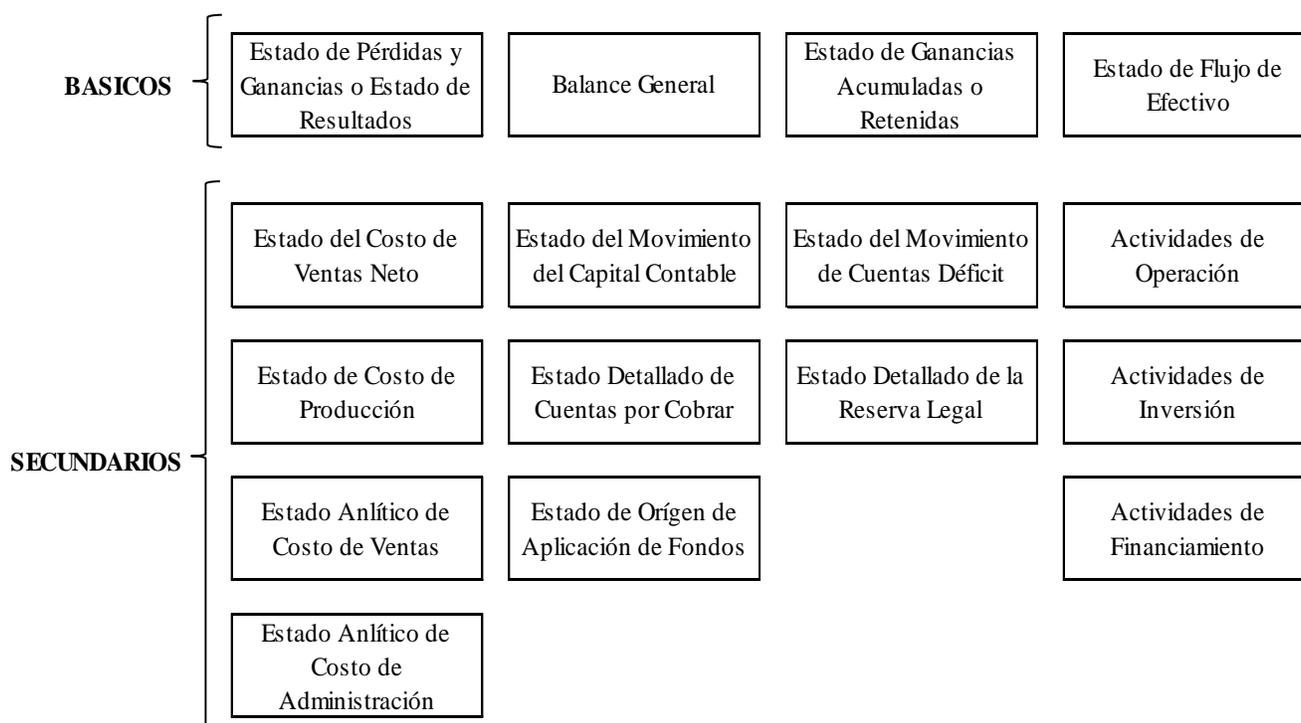
(en Inglés International Accounting Standards Board - IASB), expresión que comprende también las Normas Internacionales de Contabilidad - NIC y las Interpretaciones.

En Asamblea General Extraordinaria el Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala, el 29 de junio de 2010, resolvió adoptar las Normas Internacionales de Información Financiera -NIIF- para la Pequeña y Mediana Empresa -PYMES-, como parte de los principios de contabilidad generalmente aceptados, a los que hace referencia el Código de Comercio de Guatemala. Dicha norma inició de forma obligatoria a partir del 1 de enero de 2011.

2.2 Estados financieros

Los Estados Financieros se dividen en básicos y secundarios.

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS



Fuente: Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte I, Finanzas I

Lic. Mario Leonel Perdon Salguero, Ediciones Contables Administrativas -ECA-, 5ta. Edición 2007

Los Estados Financieros Básicos son documentos que contienen información condensada con datos primarios, recopilados, después clasificados con un sentido económico de homogeneidad, para ser presentados finalmente, como dato estadístico, sin más elaboración que la de su condensación y clasificación en forma racional y siguiendo patrones preestablecidos.

El IGCPA, en sus pronunciamientos sobre contabilidad financiera, números 10 y 32, establece como estados financieros básicos los siguientes:

- Balance General o Estado de Situación Financiera
- Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias
- Estado de Utilidades Retenidas
- Estado de Flujo de Efectivo
- Notas a los Estados Financieros

2.2.1 Consideraciones Generales

Para la presentación razonable y cumplimiento de las Normas Internacionales de Contabilidad - NIC-, los estados financieros deben presentar fielmente la situación y desempeño financiero de la empresa, así como sus flujos de efectivo. La aplicación correcta de las NIC, acompañada de informaciones adicionales cuando sea preciso, dará lugar a estados financieros que proporcionen presentación razonable.

En caso que la Gerencia llegue a la conclusión, que el cumplimiento de un requisito exigido por una Norma podría confundir, y por tanto considera preciso abandonarla, la empresa debe informar sobre los siguientes extremos:

- a) Que la Gerencia ha llegado a la conclusión que los estados financieros que se presentan, constituyen la presentación razonable de la situación y desempeño financieros, así como los

flujos de efectivo de la empresa;

- b) Que la empresa ha cumplido, en todos sus extremos significativos, con las Normas Internacionales de Contabilidad aplicables, salvo en lo que respecta a la Norma que ha abandonado para lograr la presentación razonable;
- c) La Norma que la empresa ha dejado de cumplir, la naturaleza de la disensión sobre la misma, con el tratamiento que la Norma requeriría, las razones del abandono de este tratamiento en las circunstancias actuales y el tratamiento alternativo adoptado, y
- d) El impacto financiero que ha supuesto el abandono descrito en los resultados netos de la empresa, en los activos, pasivos, patrimonio neto y flujos de efectivo para cada período sobre el que se presente información.

2.2.2 Políticas Contables

Las políticas o prácticas contables son principios, métodos, convenciones, reglas y procedimientos adoptados por las empresas, en la preparación y presentación de sus estados financieros. La gerencia es quien debe seleccionar y aplicar políticas contables, de forma que los estados financieros cumplan con todos los requisitos establecidos en cada una de las NIC, y en cada una de las interpretaciones emanadas por el Comité de Interpretaciones.

2.2.2.1 Negocio en Marcha: Los estados financieros se deben preparar a partir de la posibilidad que la empresa continúe en funcionamiento. En caso contrario tal hecho debe ser objeto de revelación explícita junto a hipótesis alternativas sobre las que han sido elaborados y las razones por las que la entidad no puede ser considerada como un negocio en marcha.

2.2.2.2 Base Contable de Acumulación: A excepción de los flujos de efectivo, los estados financieros deben ser elaborados sobre la base contable de acumulación o devengo. Utilizando esta base las transacciones y demás sucesos económicos se

reconocen en el momento en que ocurren. Los gastos se reconocen en el estado de resultados sobre la base de una asociación directa entre los costos incurridos y la obtención de las partidas correspondientes de ingresos.

2.2.2.3 Uniformidad en la Presentación: La presentación y clasificación de las partidas en los estados financieros se deben conservar de un período a otro a menos que se produzca un cambio en la naturaleza de las operaciones de la empresa, o una revisión de la presentación de sus estados financieros, que demuestre que el cambio va a dar lugar a una presentación más apropiada de los sucesos o transacciones, o bien sea obligado realizar el cambio, por causa de la aparición de una Norma Internacional de Contabilidad o de una Interpretación emitida por el Comité de Interpretaciones.

2.2.2.4 Importancia Relativa y Agrupación de Datos: Cada partida que posea la suficiente importancia relativa debe ser presentada por separado en los estados financieros. Las partidas de importes no significativos deben aparecer agrupadas con otras de similar naturaleza o función, siempre que las mismas no deban ser presentadas de forma separada. Los estados financieros son el producto que se obtiene del procesamiento de grandes cantidades de transacciones, las cuales se estructuran y agregan en grupos de acuerdo con su naturaleza y función. La importancia relativa depende del importe y naturaleza de la partida, según las circunstancias particulares en que se ha producido esta omisión. El requisito de la importancia relativa implica que no es necesario cumplir lo preceptuado en las Normas Internacionales de Contabilidad sobre presentación, siempre que la información correspondiente resulte poco significativa.

2.2.2.5 Compensación: No se deben compensar activos con pasivos e ingresos con gastos, salvo cuando la compensación sea exigida o esté permitida por alguna Norma Internacional de Contabilidad, o bien las ganancias, las pérdidas, y los gastos correspondientes, surgidos de la misma transacción o suceso, o bien de un conjunto similar de ellos.

2.2.2.6 Información Comparativa: A menos que una Norma Internacional de Contabilidad permita o exija otra cosa, la información comparativa, respecto del período anterior, se debe presentar para toda clase de información numérica incluida en los estados financieros. Los datos comparativos se deben incluir también en la información de tipo descriptivo y narrativo, siempre que ello sea relevante para la adecuada comprensión de los estados financieros del período corriente.

2.2.2.7 Período: Los estados financieros deben ser objeto de presentación con una periodicidad que, como mínimo, ha de ser anual. Cuando, por circunstancias excepcionales, cambie la fecha del balance y presente estados financieros para un período mayor o menor de un año, la empresa debe informar del período concreto cubierto por los estados financieros, y además de la razón por la que se usa un período diferente del anual.

La utilidad de los estados financieros se ve perjudicada si éstos no se ponen a disposición de los usuarios dentro de un período razonable de tiempo, tras la fecha del balance.

2.2.3 Estructura y Contenido de los Estados Financieros

Los estados financieros deben ser objeto de una identificación clara, y se deben distinguir de cualquier otra información publicada. Se integran por cuatro partes importantes: Encabezado, cuerpo, fecha, y firmas.

- El encabezado, contiene el nombre de la entidad, el nombre del estado financiero y el período que comprende,
- El cuerpo, es la parte medular del estado financiero, contiene la información útil para los usuarios,

- La fecha, comprende el período en que se elaboró el estado financiero al pie del mismo, y
- Las firmas se deben plasmar las del Contador y el Representante Legal de la entidad o Propietario (Artículo 37 del Código de Comercio).

Adicional, se debe consignar la moneda en la que se presenta la información y el nivel de precisión utilizado en la cifras (miles, millones, etc.)

2.2.3.1 Balance General o Estado de Situación General: “Estado de la situación financiera de cualquier unidad económica, que muestra en un momento determinado, al costo depreciado, o a otro valor indicado; el pasivo y el capital neto de dicha unidad económica.”¹

La distinción entre corriente y no corriente cada empresa lo debe determinar, considerando la naturaleza de sus actividades. La información sobre las fechas de vencimiento de los activos y pasivos es útil para evaluar la liquidez y la solvencia de la empresa. La NIC 32, Instrumentos Financieros: Presentación e Información a Revelar, exige información acerca de las fechas de vencimiento tanto de los activos como de los pasivos de tipo financiero.

- **Activo Corriente:** Un activo se clasifica como corriente cuando su saldo se espera realizar, o se tiene para su venta o consumo, en el transcurso del ciclo normal de la operación de la empresa, o se mantiene fundamentalmente por motivos comerciales, o para un plazo corto de tiempo, y se espera realizar dentro del período de doce meses tras la fecha del balance, o se trata de efectivo u otro medio líquido equivalente, cuya utilización no esté restringida.

¹ Eric L. Kohler. Diccionario para Contadores UTEHA 1974, página 53

- **Activo no Corriente:** Incluye activos tangibles o intangibles, de operación o financieros, ligados a la empresa a largo plazo. No está prohibido el uso de descripciones alternativas siempre que su significado quede claro.
- **Pasivo Corriente:** Es cuando un pasivo se espera liquidar en el curso normal de la operación de la empresa, o bien se liquida dentro del período de doce meses desde la fecha del balance.
- **Pasivo no Corriente:** Se clasifican en este rubro los préstamos a largo plazo con intereses, incluso si se liquidan dentro de los doce meses siguientes a la fecha de cierre del balance, siempre que el plazo original de los mismos sea por un período mayor de doce meses; la empresa tiene la intención de refinanciar los préstamos a largo plazo, y tal intención se apoya en un acuerdo para la refinanciación o para la reestructuración de los pagos, que se ha concluido antes de la aprobación de los estados financieros para su emisión.

Es parte también de los pasivos no corrientes las provisiones por concepto de indemnización, pues se desconoce la fecha en la que serán pagadas al personal.

- **Información a revelar en el cuerpo del Balance:** Como mínimo se debe incluir líneas con los importes que correspondan a propiedades, planta y equipo; activos intangibles; inversiones financieras, inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación; inventarios; deudores comerciales y otras cuentas por cobrar; efectivo y otros medios líquidos equivalentes; otras cuentas por pagar y acreedores comerciales; pasivos y activos de naturaleza fiscal, según exige la NIC 12, Impuesto sobre las Ganancias; provisiones; pasivos no corrientes con intereses; intereses minoritarios, y capital emitido y reservas.

2.2.3.2 Estado de Resultados: “El estado de ganancias y pérdidas es el cuadro numérico que presenta los ingresos y gastos de una empresa mercantil durante determinado

espacio de tiempo y luego de un resultado final que representa el importe de las utilidades o pérdidas netas del período cubriendo generalmente el período de la empresa de que se trate.”²

- **Información a revelar en el cuerpo del Estado de Resultados:** Se debe incluir los importes que correspondan a partidas de ingresos; resultado de la operación; gastos financieros; participación en las pérdidas y ganancias de las empresas asociadas y negocios conjuntos que se lleven contablemente por el método de la participación; gasto por el impuesto sobre las ganancias; pérdidas o ganancias por las actividades de operación; resultados extraordinarios; intereses minoritarios, y ganancia o pérdida neta del período.

Asimismo se debe revelar un desglose de gastos, utilizando para ello una clasificación basada en la naturaleza de los mismos o en la función que cada uno desempeña dentro de la empresa.

Para llevar a cabo este proceso, existen dos métodos: a) Por la Naturaleza de los Gastos: consiste en agrupar en el estado de resultados de acuerdo con su naturaleza (por ejemplo depreciación, compras de materiales, costos de transporte, sueldos y salarios, costos de publicidad) y no se redistribuyen atendiendo a las diferentes funciones que se desarrollan en el seno de la empresa. b) Método de la Función de los Gastos o Método del "Costo de las Ventas": consiste en clasificar los gastos de acuerdo con su función como parte del costo de las ventas o de las actividades de distribución o administración. Frecuentemente, este tipo de presentación suministra al usuario, información más relevante que la ofrecida por la naturaleza de los gastos, pero hay que tener en cuenta que la distribución de los gastos por función puede resultar arbitraria, e implicar la realización de juicios subjetivos.

² Royal Foulke. Análisis Práctico De Estados Financieros.

2.2.3.3 Estado de Utilidades Retenidas: “Estado financiero que muestra los saldos iniciales y finales, así como los movimientos deudor y acreedor de las cuentas del superávit de una empresa, relativos a un ejercicio determinado.”³

La empresa debe presentar, como un componente separado de sus estados financieros, un estado que muestre la ganancia neta o pérdida neta del período; cada una de las partidas de gastos, ingresos, pérdidas o ganancias que, según lo requerido por otras Normas, se cargue o abone directamente al patrimonio neto, así como el total de esas partidas, y el efecto acumulado de los cambios en las políticas contables y en la corrección de errores fundamentales, según lo requiere el tratamiento por punto de referencia de la NIC 8, Ganancia o Pérdida Neta del Período, Errores Fundamentales y Cambios en las Políticas Contables.

Además, ya sea dentro de este estado o en las notas se debe consignar las operaciones de capital con los propietarios, así como los beneficios distribuidos a los mismos; el saldo de las ganancias o pérdidas acumulados al principio del período y en la fecha de cierre del balance, así como los movimientos de los mismos durante el período, y una conciliación entre el valor en libros y final de cada tipo de capital social, prima de emisión y reservas, informando por separado de cada movimiento habido en los mismos.

2.2.3.4 Estado de Flujo de Efectivo: La NIC 7, Estados de Flujo de Efectivo, establece ciertos requisitos para la presentación de este documento financiero, así como otras informaciones relacionadas con el mismo. Afirma que la información sobre flujos de efectivo resulta útil al suministrar a los usuarios una base para la evaluación de la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y otros medios líquidos equivalentes, así como las necesidades de la empresa para la utilización de esos flujos de efectivo.

³ Perdomo Moreno. Análisis e Interpretación de Estados Financieros. Ediciones Contables y Administrativas, S. A. México D.F.

2.2.3.5 Notas a los Estados Financieros: En las notas a los estados financieros, se debe presentar información acerca de las bases para la elaboración de los estados financieros, así como las políticas contables específicas seleccionadas y aplicadas para las transacciones y sucesos significativos. Además se debe incluir información que, siendo exigida por las NIC, no ha sido incluida en los demás componentes de los estados financieros; suministrar información adicional que no se presenta en el cuerpo principal de los estados financieros, pero resulta necesaria para la presentación razonable de la actividad y la situación de la empresa.

La sección relativa a las políticas contables incluida entre las notas a los estados financieros, debe contener las bases de medición utilizadas al preparar los estados financieros, y cada una de las políticas contables específicas utilizadas que resulten necesarias para una comprensión apropiada del contenido de los estados financieros. Siempre que no se haya cubierto con la información presentada se incluye la siguiente información:

- a) Domicilio y forma legal de la empresa, así como el país en que se constituyó y la gerencia de su sede social (o el domicilio principal donde desarrolle sus actividades, si es diferente de la sede social).
- b) Una descripción de la naturaleza de las operaciones de la empresa, así como de sus principales actividades.
- c) El nombre de la empresa controladora directa y de la controladora última del grupo al que, eventualmente, pertenezca.
- d) El número de trabajadores al final del período, o la cifra media habida en el mismo.

2.2.4 Análisis de Estados Financieros:

Análisis Financiero “Se define como el conjunto de principios y procedimientos en la transformación de variables y datos sobre aspectos contables, económicos y financieros en

información procesada. Con el fin de proporcionar indicadores de riesgo y rendimiento útil para la toma de decisiones de inversión, financiamiento o evaluación de la gestión.”⁴

Las principales metodologías para el análisis financiero son:

- Análisis vertical (Indicadores financieros)
- Análisis Horizontal (Absoluto, relativo)

a) Análisis Vertical:

Consiste en determinar la participación relativa de cada rubro sobre una categoría común, asimismo, establece la estructura del activo (inversiones) y su financiación a través de la presentación de índices de participación.

Se pueden observar cambios estructurales:

En el balance general:

- Estructura del activo según tipo de empresa
- Concentración de la inversión en activos de operación
- Concentración en activos fijos
- Estructura de la financiación
- Estructura del pasivo según tipo de empresa
- Estructura del patrimonio
- Concordancia entre la estructura de la financiación y la estructura del activo
- Concentración de la financiación con deuda con terceros
- Concentración de la deuda en cuentas comerciales

En el estado de resultados:

- Participación de los costos y gastos con respecto a las ventas
- Participación de la utilidad bruta con respecto a las ventas

⁴ Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero. Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte II, Finanzas I. Ediciones Contables Administrativas -ECA- Segunda Edición 2005

- Participación de la utilidad operacional con respecto a las ventas, según tipo de empresa
- Participación de la utilidad neta con respecto a las ventas
- Origen de la utilidad neta

b) Análisis Horizontal:

En este tipo de análisis se busca determinar la variación absoluta y relativa que haya sufrido cada partida de los estados financieros en un período respecto de otro. Determina cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un período determinado. Permite determinar si el comportamiento de una empresa en un período fue bueno, regular o malo.

Rubros que presentan mayores cambios en este análisis:

Balance General:

- Cambios importantes en los activos de la empresa
- Causas de la variación de los inventarios
- Cambios en el activo fijo (justificación)
- Correlación en el crecimiento de las ventas
- Cambios en los pasivos financieros
- Cambios en la financiación comercial
- Cambios en el patrimonio
- Ventajas o desventajas de los cambios en la financiación

Estado de Resultados:

- Variaciones en las ventas
- Variaciones de volumen
- Variaciones de precios
- Variaciones de los gastos de operación

- Correlación con las ventas
- Variaciones en los gastos financieros
- Correlación con los pasivos financieros
- Variaciones en los márgenes de utilidad

2.2.5 Análisis de Razones Financieras

Consiste en tomar información de uno o varios de los estados financieros de un período y analizar las relaciones que hay entre ellos y el negocio desarrollado. Este tipo de análisis permite comparar el rendimiento de la empresa a lo largo del tiempo y/o comparar el rendimiento de la empresa con respecto al de las empresas de la industria a la que pertenece, entre otros.

Las razones financieras se pueden dividir en cuatro grupos básicos:

- De liquidez y actividad
- De endeudamiento
- De rentabilidad
- De cobertura o reserva

Las razones de liquidez y rentabilidad ofrecen la información más importante relacionada con las operaciones a corto plazo, mientras que las de endeudamiento y cobertura o reserva solamente son útiles si la empresa puede asegurarse que va a sobrevivir a corto plazo.

2.2.5.1 Medidas de Liquidez y Actividad: La liquidez en una empresa se juzga por su capacidad para satisfacer sus obligaciones a corto plazo a medida que estas vencen. También se refiere a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos circulantes.

- a) **Índice circulante (Liquidez):** Se utiliza para evaluar la solvencia a corto plazo, indica el grado al que se cubren los derechos de los acreedores a corto plazo mediante activos que se espera se conviertan en efectivo en un período que corresponda más o menos al vencimiento de dichas deudas. Fórmula:

$$\text{Índice Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

- b) **Indicador rápido o prueba decisiva (Liquidez):** Se calcula deduciendo los inventarios de los activos circulantes, el resto entre los pasivos circulantes. Los inventarios por lo general son el menos líquido de los activos circulantes de una empresa. Son el activo sobre el cual es más probable que ocurran pérdidas en caso de liquidación. Fórmula:

$$\text{Prueba Decisiva} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

- c) **Rotación de Inventarios (Actividad):** Son las ventas divididas entre el inventario. Fórmula:

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Inventarios}}$$

Al calcular y analizar el índice de rotación de inventarios surgen dos problemas:

- Las ventas son precios de mercado, si los inventarios se llevan al costo, como sucede generalmente, es más adecuado usar el costo de los artículos vendidos en vez de las ventas en el numerador de la fórmula.
- Las ventas ocurren durante todo el año, en tanto que la cifra del inventario se refiere a un punto en el tiempo. Por ello, es mejor usar un inventario promedio, el cual se calcula añadiendo los inventarios iniciales y finales y dividiendo la suma resultante entre dos.

d) Período promedio de cobranza (Actividad): Representa el tiempo que la empresa debe esperar para recibir efectivo después de realizada la venta. Fórmula:

$$\text{Período Promedio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas por Día}}$$

Esta medida de la rotación de las cuentas por cobrar, se calcula en dos pasos:

- Las ventas anuales se dividen entre 360 para obtener el promedio diario de ventas.
- Las ventas diarias se dividen entre las cuentas por cobrar a fin de encontrar el número de días de ventas comprometidos en la partida de cuentas por cobrar.

e) Rotación de Activo Fijo (Actividad): La proporción ventas a activo fijo mide la rotación de la planta y el equipo.

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

f) Rotación del Activo Total (Actividad): Mide la rotación de todos los activos de la empresa y se calcula dividiendo las ventas entre los activos totales. Fórmula:

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

2.2.5.2 Medidas de Endeudamiento: Indican el monto de dinero de terceros que se utiliza para generar utilidades. Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores a la empresa.

Se plantea de dos formas: a) Una examina las proporciones del balance y determina la medida en que se han usado los fondos prestados para financiar la empresa, b) La otra mide los riesgos derivados de las deudas a través de una serie de indicadores financieros del estado de resultados, los cuales se han elaborado para determinar el número de veces que quedan cubiertos los cargos fijos por la utilidad de operación.

Dicho en otras palabras, estos índices financieros permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa y la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa.

- a) **Endeudamiento sobre activos totales:** Permite establecer el grado de participación de los acreedores, en los activos de la empresa.

$$\text{Endeudamiento sobre Activos Totales: } \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

- b) **Endeudamiento de Leverage o Apalancamiento:** Esta fórmula permite establecer el grado de compromiso de los accionistas con los acreedores; es otra forma de determinar el endeudamiento:

$$\text{Endeudamiento de Leverage o Apalancamiento: } = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

2.2.5.3 Medidas de Rentabilidad: Esta permite al analista evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños; es el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas. Mide la efectividad general de la administración de acuerdo con los rendimientos sobre las ventas y la inversión.

- a) **Rentabilidad del Patrimonio:** Corresponde al porcentaje de utilidad o pérdida obtenida por cada centavo que los dueños hayan invertido en la empresa, incluyendo las utilidades retenidas.

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio: } \frac{\text{Resultado del Ejercicio}}{\text{Patrimonio}}$$

- b) **Margen Bruto:** Corresponde al porcentaje de utilidad obtenida sobre el costo de ventas; asimismo, permite determinar la capacidad que tiene la empresa para definir

los precios de venta de sus productos o servicios. Indica lo obtenido por cada unidad monetaria vendida luego de descontar el costo de ventas.

$$\text{Margen Bruto: } \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

- c) **Utilidad en Operación:** Este índice muestra la proporción de ingresos que ha sido absorbida por los gastos de administración y ventas.

$$\text{Utilidad en Operación: } \frac{\text{Gastos de Operación}}{\text{Ventas Netas}}$$

- d) **Rendimiento sobre los Activos (ROA):** Mide la rentabilidad sobre los activos totales. Es decir, el beneficio generado por los activos de la empresa; mientras más alto es el índice, más próspera es la situación para la empresa. Por cada unidad monetaria invertida en activos, la empresa obtiene esa cantidad en unidades monetarias de utilidades netas.

$$\text{Rendimiento sobre los Activos: } \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Activo Total}}$$

2.2.5.4 Medidas de Cobertura o Reserva:

Sirven para evaluar la capacidad que tiene la empresa para cubrir determinados cargos fijos, relacionados más frecuentemente por las deudas adquiridas por la empresa.

2.2.6 Análisis Dupont

El sistema de análisis Dupont es una de las razones financieras de rentabilidad más importantes en el análisis del desempeño económico y operativo de una empresa. Reúne el margen neto de utilidades, la rotación de los activos totales de la empresa y de su apalancamiento financiero.

Estas tres variables son las responsables del crecimiento económico de una empresa, la cual obtiene sus recursos de un buen margen de utilidad en las ventas, o del uso eficiente de sus activos fijos dando como resultado una buena rotación de estos, lo mismo que el efecto sobre la rentabilidad de los costos financieros por el uso de capital financiado para desarrollar sus operaciones.

El sistema DUPONT lo que hace es identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad, lo cual le permite identificar sus puntos fuertes o débiles.

2.2.6.1 Variables del Sistema Dupont:

a) **Margen de utilidad en ventas.** Existen productos con poca rotación, que solo se venden uno a la semana o incluso al mes. Las empresas que venden este tipo de productos dependen del margen de utilidad que les queda por cada venta. Si manejan un buen margen de utilidad les permite ser rentables sin vender una gran cantidad de unidades. Con este sistema se obtiene una rentabilidad razonable pero no se utilizan con eficiencia los activos ni el capital de trabajo, puesto que deben tener un capital inmovilizado por mayor tiempo.

b) **Uso eficiente de los activos fijos.** Caso contrario al anterior se da cuando una empresa tiene un margen menor en la utilidad sobre el precio de venta, pero se compensa con la alta rotación de sus productos (Uso eficiente de los activos). Un producto que solo tenga una utilidad del 5% pero una rotación diaria, es mucho más rentable que un producto que tiene un margen de utilidad del 20% pero que su rotación es de una semana o más.

En un ejemplo práctico el producto con una margen del 5% pero con una rotación diaria, en una semana (5 días) su rentabilidad será del 27,63%, (25% si no se reinvierten las utilidades), mientras que un producto que tiene un margen de utilidad del 20% pero con rotación semanal, en una semana su rentabilidad solo

será del 20%. Lo anterior significa que no siempre la rentabilidad esta en vender a mayor precio sino en vender una mayor cantidad a un menor precio.

c) **Multiplicador del Capital:** Corresponde al también denominado apalancamiento financiero que consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con recursos propios. Para poder operar se requiere de activos, los cuales solo pueden ser financiados por aportes de los socios o por créditos de terceros (Pasivo).

Entre mayor sea el capital financiado, mayores serán los costos financieros por este capital, lo que afecta directamente la rentabilidad generada por los activos.

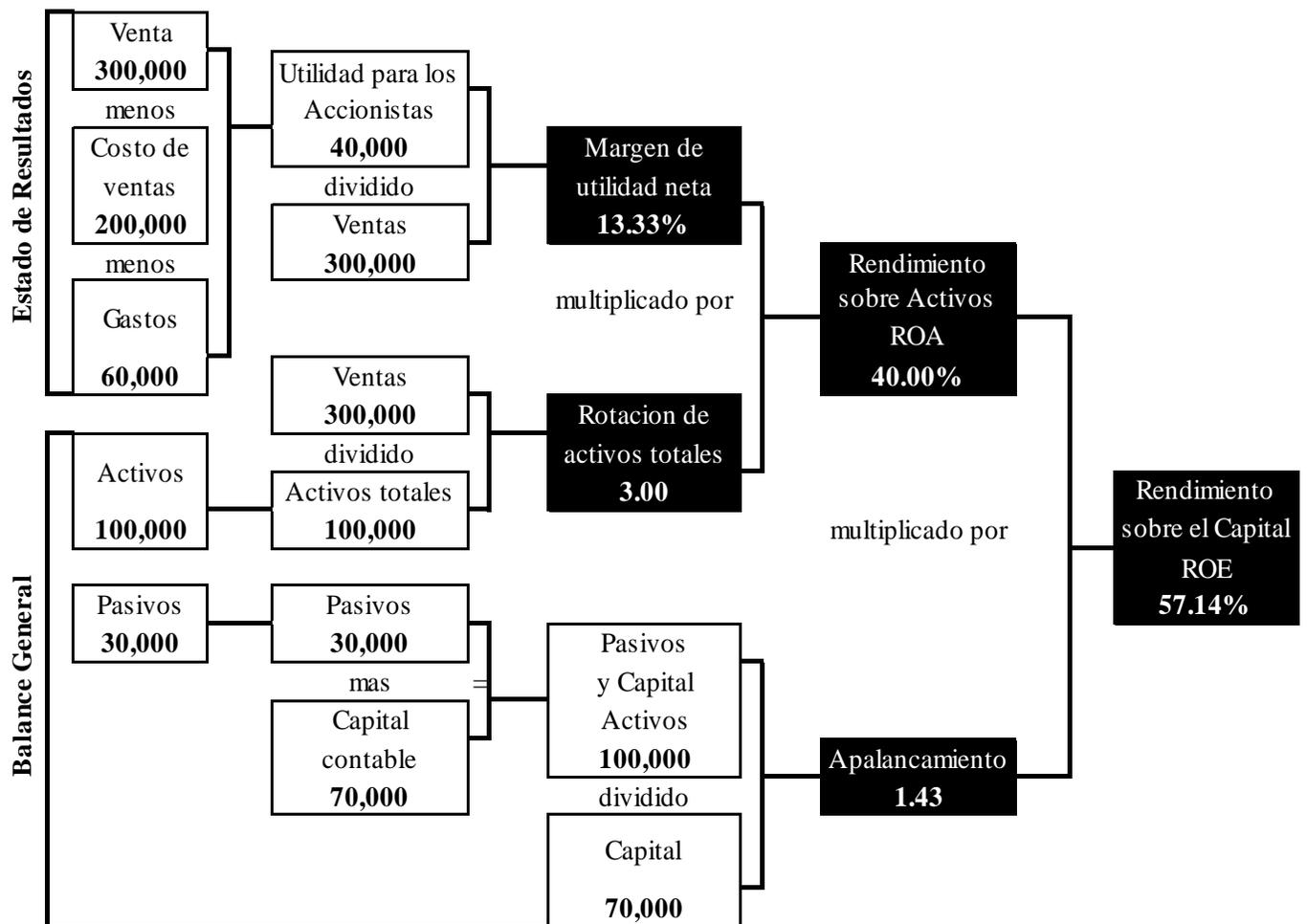
Es por esto que el sistema DUPONT incluye el apalancamiento financiero (Multiplicador del capital) para determinar le rentabilidad de la empresa, puesto que todo activo financiado con pasivos supone un costo financiero que afecta directamente la rentabilidad generada por el margen de utilidad en ventas y/o por la eficiencia en la operación de los activos.

De poco sirve que el margen de utilidad sea alto o que los activos se operen con eficiencia si se tienen que incurrir en costos financieros elevados que terminan absorbiendo la rentabilidad obtenida por los activos.

Por otra parte, el financiamiento de activos con pasivos tiene implícito un riesgo financiero al no tenerse la certeza de si la rentabilidad de los activos puede llegar a cubrir los costos financieros de su financiamiento.

Ejemplo:

Activos Q100,000.00, Pasivos Q30,000.00, Patrimonio Q70,000.00, Ventas Q300,000.00, Costo de Ventas Q200,000.00, Gastos Q60,000.00 y Utilidad Q40,000.00



Según este ejemplo el índice Dupont nos da una rentabilidad del 40% (13.33×3) en cuanto a su rendimiento por el uso de los activos y un 57% en cuanto a la eficiencia por la operación del capital ($40 \times 1.43 = 57.14$).

2.3 Auditoría de Estados Financieros

2.3.1 Definición de Auditoría

“Auditoría es la revisión independiente que realiza un auditor profesional, aplicando técnicas, métodos y procedimientos especializados, a fin de evaluar el cumplimiento de las funciones,

actividades, tareas y procedimientos de una entidad administrativa, así como dictaminar sobre el resultado de dicha evaluación.”

2.3.2 Importancia de la Auditoría:

Es importante para los usuarios de los Estados Financieros que los mismos se encuentren auditados de forma independiente para una correcta toma de decisiones y certeza que la situación financiera corresponde a la realidad del negocio.

La eficiencia de las personas, empresas o gobiernos, aumenta si quienes toman las decisiones económicas poseen información que refleje la situación real y el comportamiento de las empresas permitiéndoles evaluar los cursos de acción alternativos, así como los rendimientos, costos y riesgos que se pueden esperar de cada uno.

2.3.3 Objetivos de la Auditoría:

Según las Normas Internacionales de Auditoría, el objetivo de una auditoría de Estados Financieros es facilitar al auditor su expresión sobre los estados financieros, evaluar el cumplimiento de los planes, programas, políticas, lineamientos y normas que regulan las actividades financieras de una institución, así como de áreas presupuestales y unidades administrativas.

2.3.4 Beneficios de la Auditoría:

El principal beneficio es la guía para la toma de decisiones futuras respecto a asuntos financieros, tales como pronósticos, control, análisis e información. Una Auditoría no debe concebirse como

un resumen de lo acontecido en el pasado, sino que sirve de base para orientar a la Administración en cuanto a la dirección de un negocio.

2.3.5 Procedimientos de la Auditoría de Estados Financieros:

Los procedimientos de auditoría, conforman todas las técnicas de investigación aplicables a una partida o a un grupo de hechos y circunstancias relativas a los estados financieros sujetos a examen, mediante los cuales el contador público obtiene las bases para fundamentar su opinión.

Para realizar una auditoría se toman en cuenta las siguientes técnicas:

- Estudio general: Corresponde a la apreciación sobre la fisonomía o características generales de la empresa, de sus estados financieros y de los rubros y partidas importantes, significativas o extraordinarias.
- Análisis: Se refiere a la clasificación de los distintos elementos individuales que forman una cuenta o una partida determinada, generalmente se aplica a cuentas o rubros de estados financieros para conocer su integración.
- Inspección: Es el examen físico de los bienes materiales o de los documentos, con el objeto de cerciorarse de la existencia de un activo o de una operación registrada o presentada en los estados financieros.
- Confirmación: Se refiere a la obtención de una comunicación escrita de una persona independiente de la empresa examinada y que se encuentre en posibilidad de conocer la naturaleza y condiciones de la operación y, por lo tanto, confirmar de una manera válida.
- Investigación: Es la obtención de información, datos y comentarios de los funcionarios y empleados de la propia empresa.
- Declaración: Esta técnica se refiere a la manifestación por escrito con la firma de los interesados, del resultado de las investigaciones realizadas con los funcionarios y empleados de la empresa.

- **Certificación:** Es la obtención de un documento en el que se asegure la verdad de un hecho, legalizado por lo general, con la firma de una autoridad.
- **Observación:** Se refiere a la presencia física para verificar la manera como se realizan ciertas operaciones o hechos.
- **Cálculo:** Es la verificación matemática de alguna partida.

2.3.6 Etapas de la Auditoría de Estados Financieros:

Las etapas de una Auditoría de Estados Financieros son las siguientes:

2.3.6.1 Planeación de la auditoría: El propósito de esta etapa es dirigir y conducir el proceso de planificación inicial de manera sistemática. Implica desarrollar una estrategia general y un enfoque detallado para la naturaleza, tiempos y extensión de la auditoría.

2.3.6.2 Ejecución de la auditoría: Durante esta etapa el auditor obtiene, evalúa y documenta evidencia para corroborar las declaraciones de la gerencia contenidas en las cuentas. La evidencia de auditoría es la información obtenida por el auditor para formular las conclusiones sobre las que se basa su opinión; comprende documentos fuente y registros contables subyacentes a los estados financieros e información corroborativa de otras fuentes, la cual debe ser suficiente y competente. La suficiencia se refiere a la medición de la cantidad y la conveniencia es la medición de la calidad de dicha evidencia, es decir, su relevancia y confiabilidad para proporcionar respaldo y detectar errores en, los tipos de transacciones, saldos de cuentas y divulgaciones relacionadas. La cantidad de evidencia de auditoría necesaria estará influenciada por la calidad de dicha evidencia y por el juicio del auditor.

La evidencia de auditoría puede ser obtenida mediante la validación de los controles internos o por medio de evidencia documental, los procedimientos de auditoría pueden ser pruebas de control y por medio de procedimientos sustantivos. Las pruebas de control son

pruebas realizadas para obtener evidencia de auditoría sobre la adecuación del diseño y operación efectiva de los sistemas de contabilidad y de control interno.

Los procedimientos sustantivos son pruebas realizadas para obtener evidencia de auditoría para detectar representaciones erróneas de importancia relativa en los estados financieros y se dividen en procedimientos analíticos y pruebas de detalle

Durante la etapa de ejecución de la auditoría, el auditor debe estar atento a detectar aseveraciones que la administración pueda presentar en los estados financieros. Las Normas Internacionales de Auditoría (NIA) las categorizan de la siguiente manera:

- a) Existencia: un activo o pasivo existe en una fecha dada;
- b) Derechos y obligaciones: un activo o pasivo pertenece a la entidad en una fecha dada;
- c) Ocurrencia: una transacción o evento que tuvo lugar, lo cual pertenece a la entidad durante el período;
- d) Integridad: no hay activos, pasivos, transacciones o eventos sin registrar, ni partidas sin revelar;
- e) Valuación: un activo o pasivo es registrado a un valor en libros apropiado;
- f) Medición: una transacción o evento es registrado a su monto apropiado y el ingreso o gasto se asigna al período apropiado; y
- g) Presentación y revelación: una partida se revela, se clasifica y describe de acuerdo con el marco de referencia para informes financieros aplicable.

2.3.7.3 Terminación de la Auditoría:

La etapa de terminación de la auditoría comprende los procedimientos de auditoría finales, el objetivo es completar la auditoría de acuerdo con las obligaciones profesionales y objetivos de la asignación. El Informe de Auditoría es el documento que contiene: el dictamen del Auditor, los estados financieros básicos auditados (balance de situación general, estado de resultados, cambios en el patrimonio neto, estado de flujos de efectivo

y notas a los estados financieros). Los procedimientos que se realizan en la etapa de terminación son los siguientes:

- Revisar de forma general la razonabilidad de los estados financieros al llevar a cabo procedimientos analíticos finales.
- Resumir las diferencias no ajustadas identificadas durante la auditoría, especialmente para considerar cualquier implicación en la opinión.
- Verificar que los estados financieros del cliente incluyan todas las divulgaciones necesarias para cumplir con los principios de contabilidad generalmente aceptados (u otras bases de presentación).
- Revisar y aclarar, como líder y gerente de la asignación, los asuntos críticos y comunicar los resultados al equipo de auditoría y al cliente.
- Identificar y revisar eventos subsecuentes.
- Obtener la carta de representación de la gerencia.
- Asegurar, como líder de la asignación, gerente de la asignación y socio alterno, que el trabajo realizado ha sido completado y revisado en su totalidad y a tiempo y dejar evidencia de la revisión en los papeles de trabajo.
- Revisar la redacción y firmar la opinión de auditoría.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Para la ejecución de esta Práctica Empresarial Dirigida se realizaron entrevistas, y encuestas a propietarios y empleados, con el fin de obtener la información necesaria acerca de la situación contable de la empresa y con ello proponer soluciones que permitan disminuir riesgos de oportunidad.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

3.2 Sujetos de la Investigación

Para efectos de este estudio se tomó como lugar físico para este análisis, las instalaciones del domicilio comercial de Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima.

El personal involucrado son todos los colaboradores de la entidad conformados por departamentos.

3.3 Instrumentos de la Investigación

De los instrumentos de la investigación, depende el éxito de la misma. Los instrumentos utilizados son: Observación, entrevista, encuesta e investigación documental.

3.3.1 Observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el objeto de estudio, tomar información y anotarla para su posterior análisis.

3.3.2 Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

3.3.3 Encuesta

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Dicho listado de preguntas se denomina cuestionario.

3.3.4 Investigación Documental

A través de la recopilación de libros, textos y medios electrónicos se logró obtener una base teórica de información para poder desarrollar los temas necesarios en el proceso de investigación.

Se obtuvo información de la entidad a través de libros y registros contables, declaraciones y documentación legal proporcionada por el Director General y Gerente Financiero.

3.4 Diseño de la Investigación

Toda la información necesaria se obtuvo en las instalaciones de Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima. El calendario de actividades es el siguiente:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES				
NO.	ACTIVIDADES	SEPT. 2015	OCT. 2015	NOV. 2015
1	Informe preliminar de la empresa	■		
2	Diagnóstico de la empresa		■ ■	
3	Plan de investigación			■
4	Visita de observación		■	
5	Entrevistas		■ ■	
6	Cotejo de información			■
7	Análisis de estudios			■
8	Resultados de la evaluación a la empresa			■
9	Determinación de situación actual de la empresa			■ ■
10	Diseño de procedimientos			
11	Entrega de resultados			■

3.5 Aporte Esperado

3.5.1 A la Empresa

Proporcionar a la administración, propietarios y accionistas conocimiento de lo que poseen en propiedad, las deudas y utilidades obtenidas a través de una auditoría de estados financieros que permitan respaldar oportunamente todas las operaciones reflejadas en los estados financieros, el cual será aplicable al período objeto de estudio y base para períodos posteriores.

3.5.2 A la Universidad

Proporcionar un documento de investigación técnica y científica que sirva de guía, consulta e investigación para estudiantes y docentes de las ciencias económicas de la Universidad Panamericana de Guatemala.

3.5.3 A los Estudiantes

Aportar conocimientos contables, financieros y de auditoría para consultas en bibliotecas de la Universidad Panamericana de Guatemala en el área de contaduría de la Facultad de Ciencias Económicas.

Capítulo 4

Resultados y Análisis de la Investigación

4.1 Muestreo

Para realizar el presente estudio se tomó como unidad de análisis los Estados Financieros de Diseño y Publicidad, S. A., del período comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2014. Cabe mencionar que al referirse a los Estados Financieros están involucradas todas las áreas contables y administrativas de la entidad, siendo estas: finanzas, administración, contabilidad, recursos humanos, compras, ventas, producción, cuentas por pagar y cobros.

4.2 Resultados de la Investigación

Por medio de la técnica de observación se logró verificar los procedimientos que Diseño y Publicidad, S. A., aplica en el manejo de la contabilidad.

La primera aproximación a la empresa se realizó por medio de una actividad de observación, la cual facilitó el conocimiento de las instalaciones, datos respecto a la historia, estructura organizacional y constitución legal de la empresa; así mismo se tuvo una reunión con el Director General de la entidad para conocer aspectos de la competencia, comportamiento del mercado meta y algunos datos propios de la región.

De acuerdo a la guía de observación desarrollada los resultados fueron los siguientes:

- Instalaciones: La empresa Diseño y Publicidad, S. A., cuenta con tres bodegas de 12 metros de ancho por 50 de fondo, rótulos que las identifican y en la recepción hay una

amplia gama de productos que ofrecen al mercado, también cuenta con un área de parqueo suficiente para los visitantes.

- La ubicación de la empresa es próxima a la carretera y de fácil acceso.
- Entorno externo: Está ubicada próxima al centro de la ciudad y su acceso principal es por el periférico. A los alrededores es notable el crecimiento demográfico considerable con una gran cantidad de viviendas y recientes proyectos habitacionales para un sector social de clase media. Asimismo, sus vecinos son bodegas de almacenaje de diversas empresas; tiene fácil acceso a centros comerciales, bancos, restaurantes, buses del servicio colectivo, etc.

La región cuenta con infraestructura en cuanto a carreteras bastante funcional, con control de tránsito de automóviles por parte de la Policía Municipal de Tránsito.

Inmediato siguiente a los vecinos, se encuentran colonias habitadas por personas de muy escasos recursos económicos como lo son las colonias El Amparo, Bethania, Cuatro de Febrero, el asentamiento Las Torres, ubicado a las inmediaciones del Puente del Incienso.

- Procesos de trabajo: Al observar las actividades de producción y trabajo dentro de la empresa se pudo notar el dinamismo existente en la ejecución de todas las actividades. Las tareas se realizan con equipos de computación y maquinaria adecuada.
- Contabilidad: La persona encargada de la elaboración de la contabilidad está capacitada para la ejecución de su labor, con un auxiliar y un asistente que le permiten revisar y cumplir con todos los requerimientos fiscales y financieros que la misma conlleva.

4.3 Análisis de Resultados

4.3.1 Análisis de Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

4.3.1.1 Fortalezas:

- Misión y visión empresarial.
- La amplia gama de productos que ofrece elaborados en material de calidad.
- Se complace al cliente con lo que necesita.
- Experiencia y conocimiento del negocio de la dirección general.
- Altos volúmenes de venta.
- Sistema contable y financiero adecuado.
- Crecimiento a corto plazo.

4.3.1.2 Oportunidades:

- Fácil acceso para los clientes.
- Amplio parqueo.
- Se trabaja únicamente en base a pedidos.
- Precios competitivos.
- Clientes de renombre a nivel nacional.
- Disponibilidad de horarios las 24 horas del día los 365 días del año.

4.3.1.3 Debilidades:

- Personal de bajo nivel académico.
- No existe capacitación al personal de taller y ventas respecto a atención al cliente.
- Desperdicio de recursos.
- Desconocimiento de estados financieros auditados.
- No existe control por parte de auditoría externa.
- Estructuración organizacional no adaptada a las necesidades del negocio.
- Excesiva rotación de personal.

4.3.1.4 Amenazas:

- Pérdida de clientes por trato deficiente de parte de vendedores y personal de instalación.
- Publicidad limitada a una página en Internet.
- Poca actividad por parte de ventas en la búsqueda de nuevos clientes.
- Incumplimiento de pago de ciertos clientes en las fechas de vencimiento pactadas.
- Riesgo de perder el crédito autorizado con los proveedores por no cumplir con las fechas establecidas de pago.

4.3.2 Análisis Contable

A continuación se presentan los estados financieros obtenidos por el período comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2014.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.

BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014
(Cifras en Quetzales)

ACTIVO

ACTIVO NO CORRIENTE		7,106,569.62
Activos Fijos	8,557,557.20	
Depreciaciones Acumuladas	<u>(1,450,987.58)</u>	
OTROS ACTIVOS		74,255.48
Depósitos en Garantía	<u>74,255.48</u>	
ACTIVO CORRIENTE		8,314,448.28
Inventario de Materia Prima	961,841.72	
Inventario de Producto Terminado	1,613,314.49	
Clientes	4,795,537.68	
Cuentas por cobrar	775,783.93	
Caja y Bancos	<u>167,970.46</u>	
TOTAL DE ACTIVO		<u>15,495,273.38</u>

CAPITAL

PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS		10,222,446.22
Capital Autorizado	5,000,000.00	
Capital por Suscribir	<u>(2,025,000.00)</u>	
Capital Autorizado, Suscrito y Pagado	2,975,000.00	
Reserva Legal	268,714.66	
Resultados Acumulados	5,062,667.26	
Resultado del Ejercicio	<u>1,916,064.30</u>	

PASIVO

PASIVO NO CORRIENTE		2,470,824.19
Otras cuentas por pagar	170,824.19	
Préstamo No. 10001116	<u>2,300,000.00</u>	
PASIVO CORRIENTE		2,802,002.97
Proveedores	1,559,051.19	
Impuestos	236,188.83	
Prestaciones laborales	622,147.61	
Obligaciones Financieras	<u>384,615.34</u>	
TOTAL DE CAPITAL Y PASIVO		<u>15,495,273.38</u>

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
 ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN
 DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014
 (Cifras en Quetzales)

COSTOS		
INVENTARIOS INICIALES		
Materia Prima	513,082.73	513,082.73
ADQUISICIONES DEL PERÍODO		
Materia Prima	9,187,602.45	
Material de Empaque	151,710.31	
Materiales para acabados	269,021.74	
Muestras	130,446.42	
Productos e impresiones	186,199.79	9,924,980.71
MATERIALES DISPONIBLES		10,438,063.44
INVENTARIOS FINALES		
(+) Inventario Final de Materia Prima		961,841.72
(+) Inventario Final de Material de Empaque		-
(+) Inventario Final de Materiales para acabados		-
		961,841.72
CONSUMO DE MATERIALES DIRECTOS		8,963,138.99
Consumo de Materia Prima		8,225,760.73
Consumo de Material de Empaque		151,710.31
Consumo de Materiales para Acabados		269,021.74
Consumo de muestras		130,446.42
Consumo de productos e impresiones		186,199.79
MANO DE OBRA DIRECTA		
Sueldo ordinario		1,711,553.96
Bonificación Dto. 37-2001		614,452.90
Sueldos extraordinario		657,597.74
Bono 14		197,428.51
Aguinaldo		197,428.51
Vacaciones		98,714.26
Cuota patronal		302,292.96
Capacitación y uniformes		8,231.47
Viáticos		328,158.41
		4,115,858.72
COSTO PRIMO		13,078,997.71
GASTOS INDIRECTOS		
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO FUNCIONAMIENTO PRODUCCION		
Alquiler Vehículos	70,144.64	
Alquiler Andamios	40,748.93	
Alquiler Bodega y Taller de Impresión	558,004.82	
Combustibles y Lubricantes	314,052.38	
Depreciaciones y Amortizaciones	553,524.40	
Energía Eléctrica, Agua y Teléfono	275,668.63	
Reparación y Mantenimiento Bodega y Taller de Impresión	78,904.81	
Reparación y Mantenimiento Maquinaria y Equipo	401,700.29	
Reparación y Mantenimiento Equipo de Computo	14,079.66	
Reparación y Mantenimiento Vehículos	104,213.79	
Reparación y Mantenimiento Mobiliario y Equipo	35,828.77	
Seguros	66,626.58	2,513,497.70
OTROS GASTOS INDIRECTOS		
Otros gastos	50,918.86	50,918.86
TOTAL GASTOS INDIRECTOS		2,564,416.56
COSTO DE PRODUCCIÓN		15,643,414.27

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
 ESTADO DE RESULTADOS
 DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014
 (Cifras en Quetzales)

INGRESOS		
VENTAS Y SERVICIOS		22,482,813.81
EGRESOS		
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS		15,643,414.27
RESULTADO BRUTO		6,839,399.54
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		4,915,843.19
Gastos de ventas	1,271,407.62	
Gastos de administración	3,644,435.57	
RESULTADO NETO		1,923,556.35
GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS		
(-) GASTOS		80,371.64
Intereses bancarios	58,099.13	
Pérdida en Diferencial cambiario	20,395.62	
Pérdidas de Capital	1,876.89	
(+) PRODUCTOS		72,879.59
Intereses bancarios recibidos	36,806.07	
Ganancia en Diferencial cambiario	5,303.25	
Ganancias de Capital	30,770.27	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO Y RESERVA		1,916,064.30

4.3.2.1 Caja y Bancos: Diseño y Publicidad, S. A., maneja un total de fondo de Caja Chica por valor de Q500.00 el cual es manejado por el área de producción únicamente destinado para el pago de cuotas de parqueo, se utiliza cuando se efectúan instalaciones en el lugar que el cliente lo requiere. No se realizan arquezos de caja por parte de contabilidad.

Todas las cuentas bancarias se encuentran conciliadas y documentadas. Las mismas no están firmadas por la persona que las realizó ni aprobadas por la persona que las revisó.

Recomendación: Se recomienda efectuar un arqueo de caja chica por lo menos una vez al año.

Las conciliaciones bancarias deben ir firmadas por la persona encargada de realizarlas (Asistente Contable) y por la persona encargada de revisarlas (Contador General).

4.3.2.2 Clientes: Se encontró una cartera de clientes dinámica en la que los resultados son los siguientes:

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Antigüedad de Saldos de Clientes al 31/12/2014

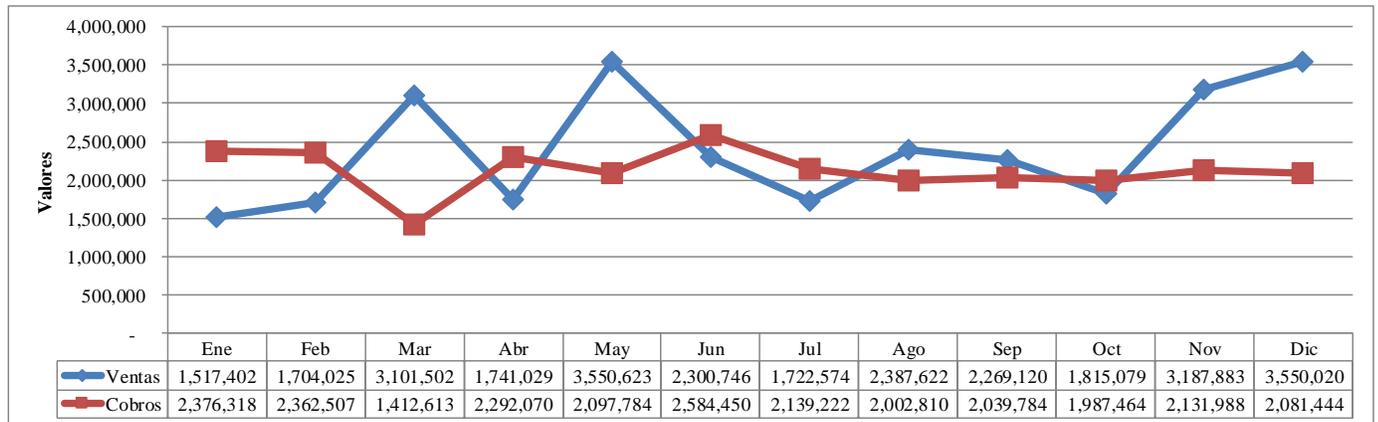
Antigüedad	Días					Saldo Vencido
	0 - 30	31 - 60	61 - 90	91 - 120	121+	
Totales	Q4,167,421.65	Q162,341.07	Q144,456.57	Q53,090.19	Q357,032.48	Q4,884,341.96

El saldo vencido a más de 120 días corresponde a dos clientes cuyo saldo se originó en junio 2012. En octubre 2013 se negoció el pago con uno de los bancos del sistema y se concluyó con realizar pagos mensuales de Q50,000.00 hasta su agotamiento. De dichas cuotas pactadas, únicamente se cumplió con las tres primeras y no se ha dado el seguimiento correspondiente.

Recomendación: Es importante que la administración realice una depuración de la cuenta por cobrar a clientes, tomando en cuenta que el derecho de cobro es de dos años.

La siguiente grafica muestra la relación que hubo entre la facturación versus la recuperación durante el período 2014.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Relación Ventas - Cobros
Año 2014



Fuente: Elaboración propia

4.3.2.3 Inventarios:

El inventario de materia prima lo realiza mensualmente el personal de bodega y es traslado a contabilidad durante los primeros cinco días del mes siguiente. El mismo es corroborado por contabilidad determinando que las cifras reflejadas coinciden con los movimientos contables del período.

Del inventario de producto terminado mensualmente se determina el costo de todos aquellos productos entregados al cliente pendientes de facturar y de producciones pendientes de cierre. Las razones por las que al cierre del período aún no se facturan estos productos, se debe a clientes que trabajan de acuerdo a presupuesto o están sujetos a políticas internas que les obliga a tener la autorización de una orden de compra para poder emitir la factura correspondiente.

El movimiento de inventarios durante el período sujeto de estudio es el siguiente:

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Movimiento de Inventarios período 2014

Descripción	Saldo Inicial al 01/01/2014	Debe	Haber	Saldo Final al 31/12/2014
Inventario de Materia Prima	Q 513,082.73	Q 11,200,162.25	Q 10,751,403.26	Q 961,841.72
Inventario de Producto Terminado	Q 1,610,098.19	Q 22,492,882.11	Q 22,489,665.81	Q 1,613,314.49

Recomendación: Es importante que por el elevado movimiento de inventarios dentro de un mismo período se realice una auditoría específica de inventarios por lo menos dos veces al año.

4.3.2.4 Activos Fijos: Todos los activos están respaldados con los documentos originales de compra y se deprecian de acuerdo a los porcentajes legales establecidos en la Ley del Impuesto sobre la Renta, utilizando el método de línea recta. Actualmente no existe un inventario con responsabilidades sobre el uso de cada uno de los activos.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.

Integración de Activos Fijos
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014
(Cifras en Quetzales)

Mobiliario y Equipo	Q	767,117.58		
Depreciación Acumulada Mobiliario y Equipo	-Q	259,917.47	Q	507,200.11
Equipo de Computación y Software	Q	459,786.48		
Depreciación Acumulada Equipo de Computación y Software	-Q	162,154.98	Q	297,631.50
Vehículos	Q	735,865.20		
Depreciación Acumulada Vehículos	-Q	227,766.32	Q	508,098.88
Software	Q	335,135.43		
Depreciación Acumulada Software	-Q	75,510.84	Q	259,624.59
Terrenos	Q	1,400,000.00		
Edificios	Q	2,730,481.18		
Depreciación acumulada Edificios	-Q	5,000.00	Q	4,125,481.18
Maquinaria y Equipo	Q	2,049,644.01		
Depreciación Acumulada Maquinaria y Equipo	-Q	689,748.59	Q	1,359,895.42
Herramientas	Q	79,527.32		
Depreciación Acumulada Herramientas	-Q	30,889.38	Q	48,637.94
		Q 7,106,569.62	Q 7,106,569.62	

Recomendación: Se recomienda que por ser significativo el valor de los Activos Fijos de Diseño y Publicidad, S. A. dentro del balance, se elabore un inventario de los mismos y se realicen fichas de responsabilidad a las personas responsables de operar los equipos.

4.3.2.5 Proveedores: La cartera de proveedores de 30 a 60 días de antigüedad, está respaldada con facturas las cuales están amparadas con sus respectivas requisiciones de

compra debidamente autorizadas por las personas encargadas de cada departamento para el que se solicitó.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.

Antigüedad de Saldos de Proveedores al 31/12/2014

Antigüedad	Días					Saldo Vencido
	0 - 30	31 - 60	61 - 90	91 - 120	121+	
Totales	Q1,426,099.93	Q199,544.61	-Q 35,811.60	-Q 1,034.00	-Q 29,747.75	Q1,559,051.19

El saldo de Q35,811.60 de la antigüedad a 90 días, corresponde a una compra de materia prima y a una compra de papelería y útiles, en el mes de octubre de 2014. La factura correspondiente la emitió el proveedor en el mes de Enero de 2015, fecha en la que se procedió a registrar la misma en contabilidad.

El saldo de Q1,034.00 de la antigüedad a 120 días, corresponde a una retención de Impuesto sobre la Renta que no se descontó a uno de los proveedores en el mes de octubre del año objeto de estudio, la compra se canceló anticipada. Sin embargo, dicha retención si se canceló a la Superintendencia de Administración Tributaria en las fechas establecidas.

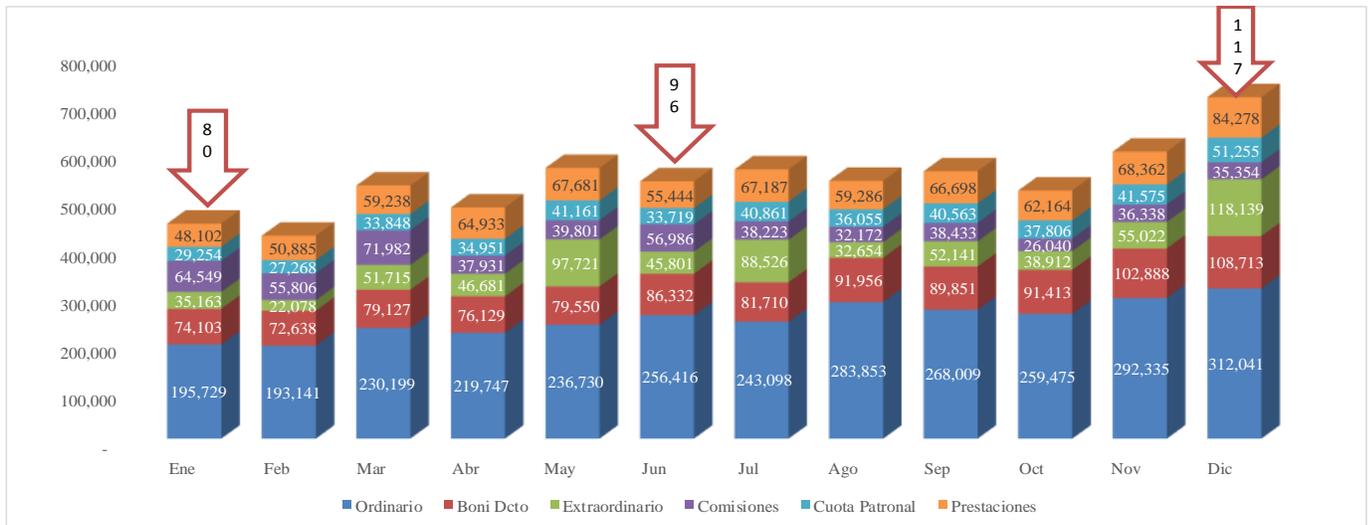
El saldo de Q29,747.75 de la antigüedad a más de 120 días, corresponde a la compra de materia prima defectuosa, por lo cual se procedió a devolver al proveedor, pero el mismo no reintegró el valor de lo pagado.

Recomendación: Se recomienda que se apliquen procedimientos de control interno en las compras que se realizan a los proveedores para evitar pérdidas innecesarias por compras de materia prima en mal estado.

Asimismo, se recomienda que cuando se realicen pagos anticipados totales a los proveedores, se tengan a la vista los documentos necesarios para determinar si el mismo es sujeto de retención de Impuesto sobre la Renta.

4.3.2.6 Sueldos y prestaciones laborales: El movimiento de sueldos durante el período inició con un número de 80 empleados, incrementando a 96 al mes de junio y terminando con 117.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Resumen de Nómina General
Año 2014



Fuente: Elaboración propia

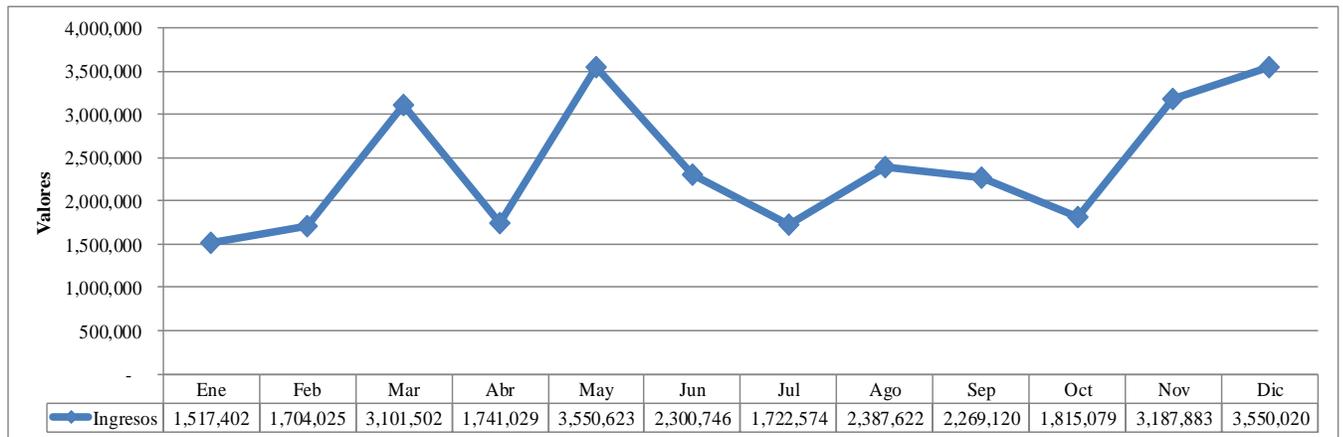
Se han realizado mensualmente en la contabilidad todas las provisiones de prestaciones laborales y asimismo se comprobó que los sueldos y prestaciones laborales canceladas a los colaboradores cumplen con los requerimientos y tiempos establecidos en las leyes y códigos correspondientes, los cuales se detallan a continuación:

- a) Código de Trabajo, Dto. 1441 del Congreso de la República de Guatemala.
- b) Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, Dto. 295 del Congreso de la República de Guatemala. Sobre los sueldos ordinarios y extraordinarios el 10.67% para el patrono y 4.83% para el trabajador.
- c) Ley del Instituto de Recreación de los Trabajadores, Dto. 1528 del Congreso de la República de Guatemala. Sobre los sueldos ordinarios y extraordinarios el 1%.

- d) Ley del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, Dto. 17-72 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas. Sobre los sueldos ordinarios y extraordinarios el 1%.
- e) Ley de Actualización Tributaria, Art. 76, Dto. 10-2012 y sus reformas del Congreso de la República de Guatemala. Pago de Impuesto sobre la Renta según corresponda. En rentas de Q1.00 a Q300,000.00 el importe impositivo es de 5% y en rentas mayores a Q300,000.00 se cancela un importe fijo de Q15,000.00 y 7% sobre el excedente.

4.3.2.7 Ingresos: Los ingresos de Diseño y Publicidad, S. A., corresponden en un 99% a la facturación por ventas de trabajos terminados durante el período y todas las ventas están debidamente documentadas. El 1% restante corresponde a intereses ganados por inversión de dos certificados de depósito a plazo fijo en uno de los bancos del sistema.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Ingresos
Año 2014

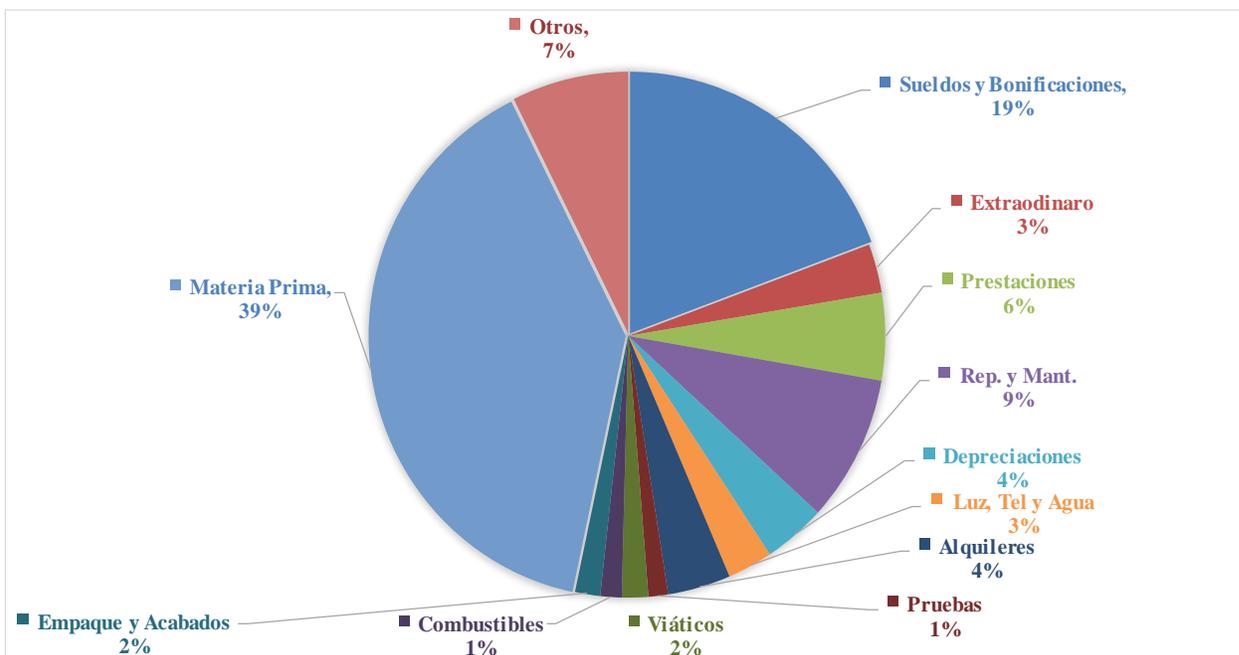


Fuente: Elaboración propia

4.3.2.8 Costos y Gastos: Todos los costos y gastos están debidamente documentados y autorizados por las personas responsables de cada una de las áreas productivas.

La siguiente gráfica muestra en porcentajes la distribución de gastos de Diseño y Publicidad, S. A., durante el período 2014.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Análisis de Costos y Gastos
Año 2014



Fuente: Elaboración propia

4.3.3 Análisis Tributario

La empresa está inscrita en el Régimen Sobre Utilidades (Art. 4, numeral 1, Ley de Actualización Tributaria, Dto. 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala).

Durante el año 2014 todos los impuestos se presentaron en las fechas correspondientes, y el cálculo para el pago de los mismos está determinado de acuerdo a los requerimientos establecidos en cada uno de los decretos en los que se solicita cada uno. El resultado de la investigación es el siguiente:

4.3.3.2.1 Impuesto al Valor Agregado -IVA-: Los pagos de IVA se efectuaron cumpliendo con todos los requerimientos necesarios, y los mismos están respaldados con los libros de compras y ventas correspondientes, así como también con todas las exenciones y retenciones efectuadas por los clientes que aplican para emitir estos documentos.

4.3.3.2 Impuesto sobre la Renta -ISR-: La determinación para pago trimestral se determina sobre la base de renta imponible estimada, para el período de estudio renta bruta x 8% x 28%.

4.3.3.3 Impuesto de Solidaridad -ISO-: Diseño y Publicidad, S. A. califica para el pago de ISO, pues es una entidad jurídica y obtuvo un margen bruto superior al 4% de sus ingresos brutos. La base imponible está constituida por la que sea mayor entre la cuarta parte del monto del activo neto o la cuarta parte de los ingresos brutos; este cálculo es en base a las cifras obtenidas en el período fiscal del año anterior. En el período 2012 se omitió declarar Q2.000,000.00 de ventas por lo que el pago del ISO durante el período 2013, el cual fue sobre los ingresos, tuvo efecto negativo.

Derivado de lo anterior, se determinó diferencias en el cálculo de pago de ISO como se muestra a continuación:

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.

Cálculo de pago de ISO, durante el período 2012

Descripción	Correcto	Pagado	Diferencia
Base Imponible para pago de ISO período 2012	Q 12,235,868.10	Q 10,116,892.54	Q 2,118,975.56
Porcentaje 1%	Q 122,358.68	Q 101,168.93	Q 21,189.76
ISO trimestral a pagar	Q 30,589.67	Q 25,292.23	Q 5,297.44

Dicho valor fue rectificado ante la Superintendencia de Administración Tributaria en el mes de abril del año 2014.

4.3.3.4 Impuesto del Timbre de Prensa: Siendo una empresa dedicada a la publicidad, está afecta al pago del Timbre de Prensa en forma mensual (Art. 3, Ley del Instituto de

Previsión Social del Periodista, Dto. 56-90 del Congreso de la República de Guatemala. Reformado por el Art. 2, Reformas al Decreto Número 56-90, reformado por el Decreto Número 13-92, ambos del Congreso de la República).

Según esta ley, se debe cancelar el 5 por millar sobre la facturación mensual. En la empresa objeto de estudio se encontró que de enero a abril se canceló la cantidad de Q500.00 mensuales según negociaciones verbales, no documentadas, con miembros del Instituto de Previsión Social del Periodista; y de mayo a diciembre 2014 se canceló la cuarta parte del valor real como se muestra a continuación:

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.

Integración de Pago del Timbre de Prensa, Período 2014

Mes	No. De Recibo	Facturación Reportada	Timbre de Prensa Pagado	Facturación Real	Timbre de Prensa Real	Timbre de Prensa no Pagado
Enero	201167	Q 100,000.00	Q 500.00	Q 1,184,950.03	Q 5,924.75	Q 5,424.75
Febrero	201169	Q 100,000.00	Q 500.00	Q 1,489,051.06	Q 7,445.26	Q 6,945.26
Marzo	201170	Q 100,000.00	Q 500.00	Q 2,061,730.71	Q 10,308.65	Q 9,808.65
Abril	201171	Q 100,000.00	Q 500.00	Q 1,457,640.98	Q 7,288.20	Q 6,788.20
Mayo	201172	Q 580,478.95	Q 2,902.39	Q 2,321,915.78	Q 11,609.58	Q 8,707.18
Junio	201173	Q 338,830.19	Q 1,694.15	Q 1,355,320.74	Q 6,776.60	Q 5,082.45
Julio	201174	Q 308,163.40	Q 1,540.82	Q 1,232,653.58	Q 6,163.27	Q 4,622.45
Agosto	201175	Q 450,177.56	Q 2,250.89	Q 1,852,689.03	Q 9,263.45	Q 7,012.56
Septiembre	201177	Q 421,923.02	Q 2,109.62	Q 1,687,692.07	Q 8,438.46	Q 6,328.85
Octubre	201178	Q 405,142.09	Q 2,025.71	Q 1,620,568.34	Q 8,102.84	Q 6,077.13
Noviembre	214346	Q 763,775.50	Q 3,818.88	Q 3,055,101.30	Q 15,275.51	Q 11,456.63
Diciembre	214348	Q 790,788.92	Q 3,953.94	Q 3,160,287.34	Q 15,801.44	Q 11,847.49
SUMAS			Q 22,296.40	SUMAS		Q 90,101.61

Recomendación: Para respaldar el pago efectuado al impuesto del timbre de prensa, es necesario que la administración brinde un documento físico en donde indique la contingencia al 31 de diciembre de 2014.

4.3.3.5 Libros Contables: Los libros contables habilitados en las instituciones correspondientes, se elaboran en medios electrónicos distintos al sistema contable, pues aún no se ha logrado obtener esta información del sistema con los requisitos legales correspondientes apeados al Código de Comercio, Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.

Los libros contables Diario, Mayor y Estados Financieros están impresos hasta el mes de diciembre del año 2014.

El libro de Actas y Libro de Accionistas se encuentran habilitados y autorizados por las entidades correspondientes, pero los mismos se encuentran en blanco.

4.3.3.6 Libros Auxiliares: Los libros auxiliares de compras y ventas y servicios prestados generados en la herramienta AsisteLibros muestran diferencias relevantes con las declaraciones juradas de IVA presentadas ante la Superintendencia de Administración Tributaria.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
VENTAS AÑO 2014

NO. FORMULARIO	VENTAS EXENTAS	SERV. EXENTOS	VENTAS	SERVICIOS	SUBTOTAL	IVA CRÉDITO	TOTAL
FORMULARIOS	Q -	Q -	Q 13,486,242	Q 8,993,359	Q 22,479,601	Q 2,697,552	Q 25,177,153
ASISTE LIBROS VENTAS	Q 3,660	Q 5,354	Q 12,041,288	Q 8,029,784	Q 20,080,086	Q 2,429,006	Q 22,509,092
DIFERENCIA	Q (3,660)	Q (5,354)	Q 1,444,955	Q 963,574	Q 2,399,515	Q 268,546	Q 2,668,061

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
COMPRAS AÑO 2014

NO. FORMULARIO	BIENES Y SERV. PQC	ACTIVOS	COMBUSTIBLE	COMPRAS	SERVICIOS	SUBTOTAL	IVA CRÉDITO	TOTAL
FORMULARIOS	Q 350,616	Q 288,384	Q 304,232	Q 10,957,428	Q 2,852,385	Q 14,753,045	Q 1,728,291	Q 16,481,336
ASISTE LIBROS COMPRAS	Q 351,086	Q -	Q -	Q 10,335,815	Q 2,548,053	Q 13,234,954	Q 1,569,549	Q 14,804,504
DIFERENCIA	Q (470)	Q 288,384	Q 304,232	Q 621,613	Q 304,332	Q 1,518,090	Q 158,742	Q 1,676,833

Recomendación: Es necesario que la administración proceda a solicitar a la Superintendencia de Administración Tributaria la corrección y solución del problema que subsiste con la herramienta AsisteLibros, ya que existe una contingencia fiscal ante estas diferencias considerables.

4.3.3.7 Inconsistencias Encontradas en Contabilización de Facturas de Compras y Servicios: Se observó varias deficiencias por parte de contabilidad en el registro de los gastos de algunas facturas de compras y servicios:

Diseño y Publicidad, S. A.

Inconsistencias en contabilización de facturas de compras y servicios

Fecha	Número de Factura	Valor	Total	Observaciones
01-Feb-14	SE-1012	Q 155.00		Para efecto del crédito fiscal no se descontó Impuesto de Turismo (Inguat) por Q49.59
16-Feb-14	C-2772	Q 250.00		
18-Feb-14	C-17415	Q 200.00		
22-Mar-14	C-17592	Q 75.00	Q 680.00	
21-Ene-14	BZ-37483130	Q 1,666.66		Para efecto del Crédito Fiscal no se descontó Tasa Municipal por valor de Q5,806.27
22-Ene-14	BZ-37483313	Q 9,496.79		
22-Ene-14	BZ001-301337	Q 5,407.19		
24-Abr-14	BZ-41645407	Q 16,883.54		
23-Abr-14	BZ-37328440	Q 19,475.37	Q 52,929.55	
10-Abr-14	T-216	Q 2,925.00		Contribuyentes inscritos en el Régimen Opcional Simplificado, no se aplicó Retención de ISR correspondiente por Q1,353.08
10-May-14	C-88701	Q 3,887.00		
05-Jun-14	C-89070	Q 3,887.00		
10-Jun-14	B-47632	Q 4,940.00		
16-Jun-14	A-17924	Q 2,880.00		
21-Jun-14	A-17928	Q 5,040.00		
25-Ago-14	A-18261	Q 6,750.00	Q 30,309.00	
28-Feb-14	A-13	Q 1,050.00		Se reclamó Crédito Fiscal por Q1,615.71 el cual no procede por pertenecer a facturas de Pequeño Contribuyente.
13-Feb-14	B-30	Q 130.00		
02-Abr-14	A1-179	Q 10,800.00		
24-Abr-14	A1-183	Q 1,000.00		
25-Abr-14	A1-184	Q 1,000.00		
10-Dic-14	A1-243	Q 1,100.00	Q 15,080.00	
SUMA		Q 98,998.55	Q 98,998.55	

Recomendación: Es importante que contabilidad registre correctamente las facturas por compras y servicios a las cuales debe descontar el Impuesto de Turismo, Tasas Municipales y demás, para poder reclamar Crédito Fiscal, así como también todas aquellas facturas que son de pequeños contribuyentes. Tomar en cuenta que a partir del mes de enero del año 2013 todas las facturas tienen vigencia de un año para

contribuyentes inscritos a partir de esa fecha y de dos años para contribuyentes inscritos antes de esa fecha (Acuerdo Gubernativo 5-2013 del Congreso de la República).

Asimismo, Contabilidad debe realizar las retenciones del Impuesto sobre la Renta en su oportunidad a todos aquellos contribuyentes que estén inscritos bajo el Régimen Opcional Simplificado, de lo contrario todos estos costos y gastos deben registrarse como gastos no deducibles para efectos del Impuesto sobre la renta.

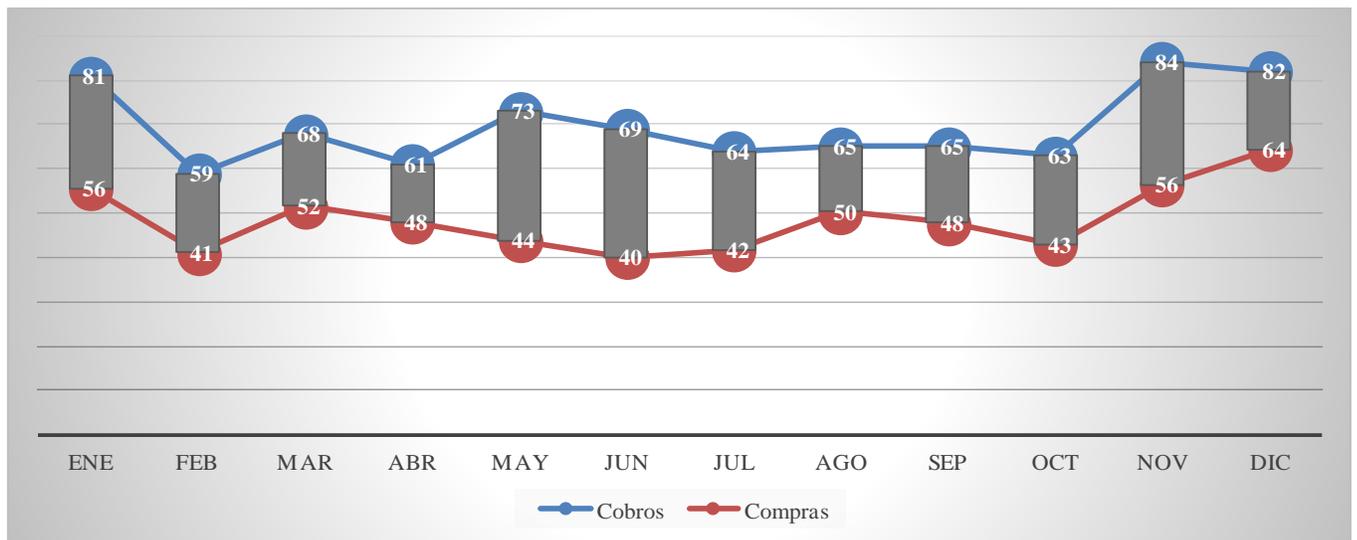
4.3.4 Análisis Financiero:

4.3.4.1 Razones Financieras

RENDIMIENTO	2014	INTERPRETACIÓN
Margen de Utilidad Neta	8.52%	Muestra que por cada Q1.00 en ventas se obtiene una utilidad del 8.52% , después del descuento de todos los costos y gastos incurridos en la producción de bienes y servicios.
Sobre Activos (ROA)	12.37%	Este índice nos indica que el rendimiento de los Activos en relación a las Ventas es del 12.37%, es decir por cada Q1.00 invertido en Activos se obtiene una ganancia de Q0.12
Sobre Patrimonio (ROE)	18.74%	Este resultado muestra el rendimiento del Capital. Por cada Q1.00 de Capital se obtiene una ganancia de Q0.19. Es importante mencionar que en Diseño y Publicidad, S. A., no se distribuyen utilidades desde el inicio de sus operaciones.

LIQUIDEZ	2014	INTERPRETACIÓN
Razón Corriente	2.97	Con este resultado se mide la capacidad de pago de la empresa. Por cada Q1.00 que se adeuda, se dispone de Q2.97 para su respectivo pago.
Prueba Ácida	2.05	Este resultado muestra elementos de juicio que determinan que por cada Q1.00 adeudado, la empresa posee Q2.05 para su pago. Esto quiere decir que el dinero aportado por los proveedores puede ser liquidado sin sacrificar los inventarios.

DISEÑO Y PUBLICIDAD, S. A.
Índice de Cobrabilidad vs. Pago a Proveedores
Año 2014



Fuente: Elaboración propia

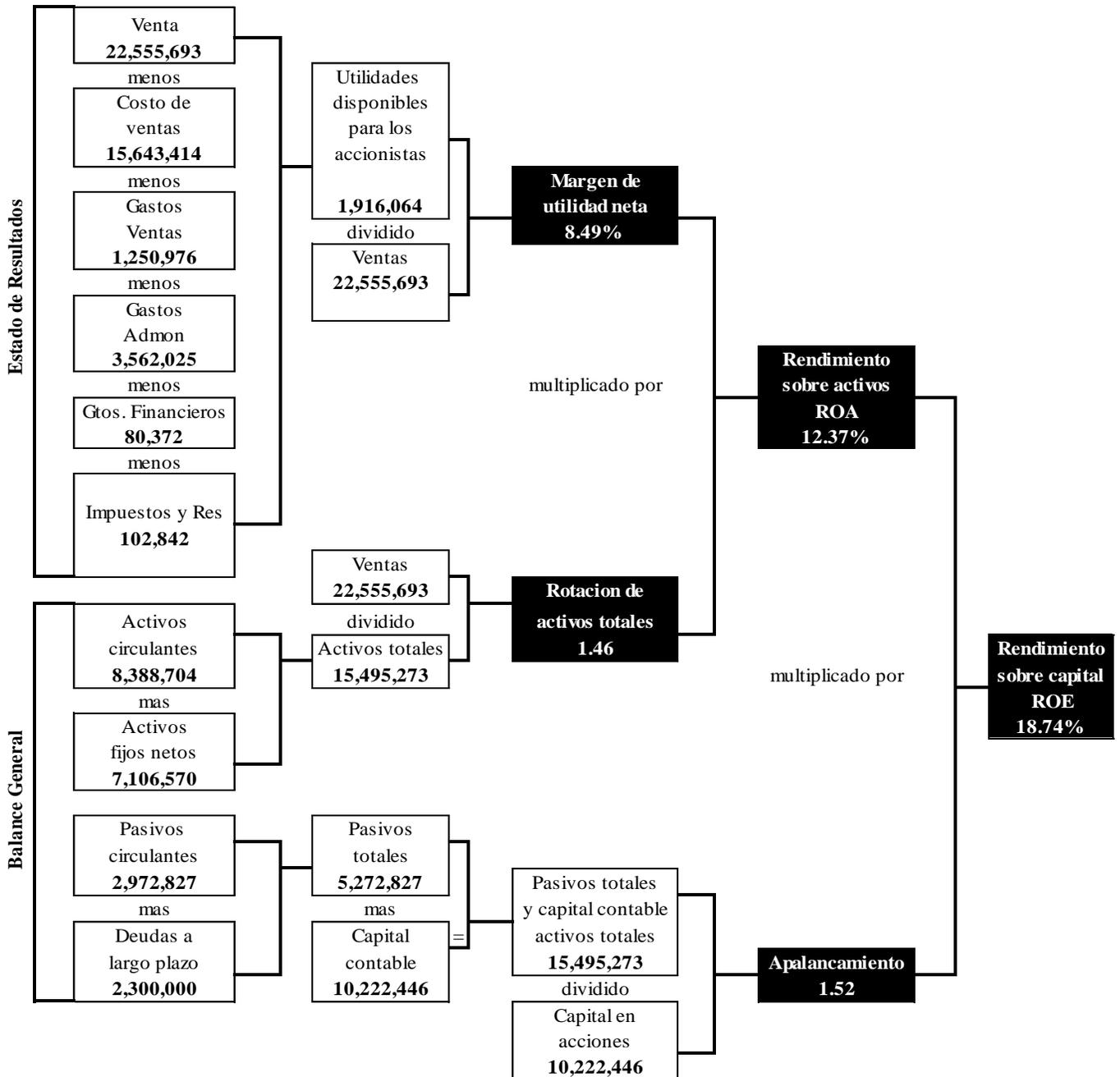
En esta gráfica se observa que con los ingresos mensuales recibidos de clientes se cubre perfectamente en tiempo razonable las obligaciones con los proveedores.

ACTIVIDAD	2014	INTERPRETACIÓN
Número Días Cartera	77	Este índice indica que el tiempo real de crédito que otorga la empresa a sus clientes es de 77 días, lo que quiere decir que al año hace efectivas sus cuentas por cobrar aproximadamente cinco veces al año.
Rotación de Inventario de Materia Prima	23	Este índice indica que el Inventario de Materia Prima ha tenido movimiento 23 veces durante el año, lo que representa que se renovó aproximadamente dos veces cada mes.

ENDEUDAMIENTO	2014	INTERPRETACIÓN
Sobre Activos	34%	Con este resultado se determina que del Activo Total de la empresa, el 34% pertenece a Proveedores y Acreedores, o sea terceras personas que intervienen dentro del capital. Expresado en otras palabras por cada Q1.00 de Activo invertido se adeuda Q0.34
Endeudamiento de Leverage o Apalancamiento	0.52	Este índice indica otra forma de ver el endeudamiento y determina el grado de compromiso de los accionistas con los Proveedores y Acreedores; es decir que por cada Q1.00 en Patrimonio, existe una deuda de Q0.52. El 52% del Patrimonio esta comprometido con los Proveedores y Acreedores.

4.3.4.2 Análisis Dupont

De acuerdo a los Estados Financieros que se tuvieron a la vista y a la necesidad de conocer de donde está obteniendo mayor rentabilidad Diseño y Publicidad, S.A., se procedió a realizar un análisis Dupont. Los resultados son los siguientes:



- a) Margen de Utilidad Neta: Este porcentaje nos muestra que por cada quetzal vendido se obtiene una utilidad del 8.49% después de descontar todos los costos y gastos incurridos en la producción de artículos.

- b) Rotación de Activos Totales (ROA): En este análisis se muestra las veces que los activos totales se han movilizado durante el período objeto de estudio; es decir que en Diseño y Publicidad, S. A., los activos totales se han movido 1.46 veces.

- c) Rendimiento sobre los Activos: Con este resultado se puede observar que el nivel de rendimiento de los activos de Diseño y Publicidad, S. A. es del 12.37% por cada quetzal invertido en activos.

- d) Apalancamiento: Muestra el grado de endeudamiento que los accionistas tienen con los proveedores y acreedores; en el presente análisis se muestra que por cada quetzal de patrimonio se tienen deudas de Q0.52

- e) Rendimiento sobre el Capital (ROE): 18.74% es el margen de utilidad que Diseño y Publicidad, S. A., ha obtenido por cada Q1.00 de capital propio invertido incluyendo las utilidades acumuladas. Es importante mencionar que nunca se ha realizado una distribución de utilidades.

Capítulo 5

Propuesta de Solución o Mejora

5.1 Introducción

Diseño y Publicidad, S. A., es una entidad mercantil fundada en Guatemala en el año dos mil siete. Su actividad principal es la impresión digital de gran formato, con énfasis en la calidad de servicio al cliente.

Siendo responsabilidad de la administración de la compañía la elaboración de la contabilidad, utiliza un sistema contable que proporciona las herramientas necesarias para el control del proceso productivo y el desarrollo de la contabilidad.

El sistema contable está parametrizado de tal forma que es obligatorio el control de correlativos de facturas y cheques emitidos.

A la fecha no hay estados financieros auditados que proporcionen información financiera para la toma de decisiones, es inexistente un manual de contabilidad general y todos los procesos se ejecutan en base a la experiencia del contador general.

A la fecha los libros contables se encuentran impresos desde sus inicios hasta el mes de diciembre del año 2014.

Semanalmente la contabilidad traslada a la gerencia reportes financieros que reflejan información de facturación, cobros, ventas generales, ventas pendientes de facturación, impresión de metros cuadrados y antigüedad de saldos de clientes y proveedores.

A la fecha, la empresa cumple con todas sus obligaciones tributarias, y a partir del 01/01/2014 fue calificada por la Superintendencia de Administración Tributaria como Contribuyente Mediano Especial, por lo que a partir de esa fecha está obligada a utilizar factura electrónica, presentar Estados Financieros Auditados y utilizar las herramientas Asiste Libros y Reten ISR Web.

Actualmente, la administración desea invertir en la adquisición de maquinaria especial que minimice el tiempo de impresión en los diferentes materiales, y para ello necesita obtener conocimiento de su capacidad financiera para adquirirla y a la vez determinar cuál es la principal fuente generadora de utilidades.

Adicional a lo descrito en el párrafo anterior, debe presentar Estados Financieros Auditados a la Superintendencia de Administración Tributaria por haber sido calificada como contribuyente mediano especial.

5.2 Justificación

Derivado de los puntos expuestos en el numeral anterior, es necesaria la elaboración de una auditoría de Estados Financieros que ayude a detectar operaciones inapropiadas y a establecer que la información reflejada en los mismos, se encuentre apegada a Normas Internacionales de Contabilidad y además verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

5.3 Objetivos de la Propuesta

5.3.1 Objetivo General

Elaborar una auditoría de estados financieros que proporcione información financiera confiable para la toma de decisiones y a su vez disminuya los riesgos de la presentación de datos incorrectos a la Superintendencia de Administración Tributaria.

5.3.2 Objetivos Específicos:

- Obtener seguridad razonable de la información financiera confiable que permita tomar decisiones adecuadas a la gerencia para procurar el crecimiento de la empresa.
- Conocer en porcentajes la rentabilidad de Diseño y Publicidad, S. A., y en donde se genera la misma.
- Determinar debilidades y fortalezas del sistema de control interno en uso y definir su estructura organizacional.
- Disminuir riesgos en presentación de información errónea a los entes fiscalizadores.

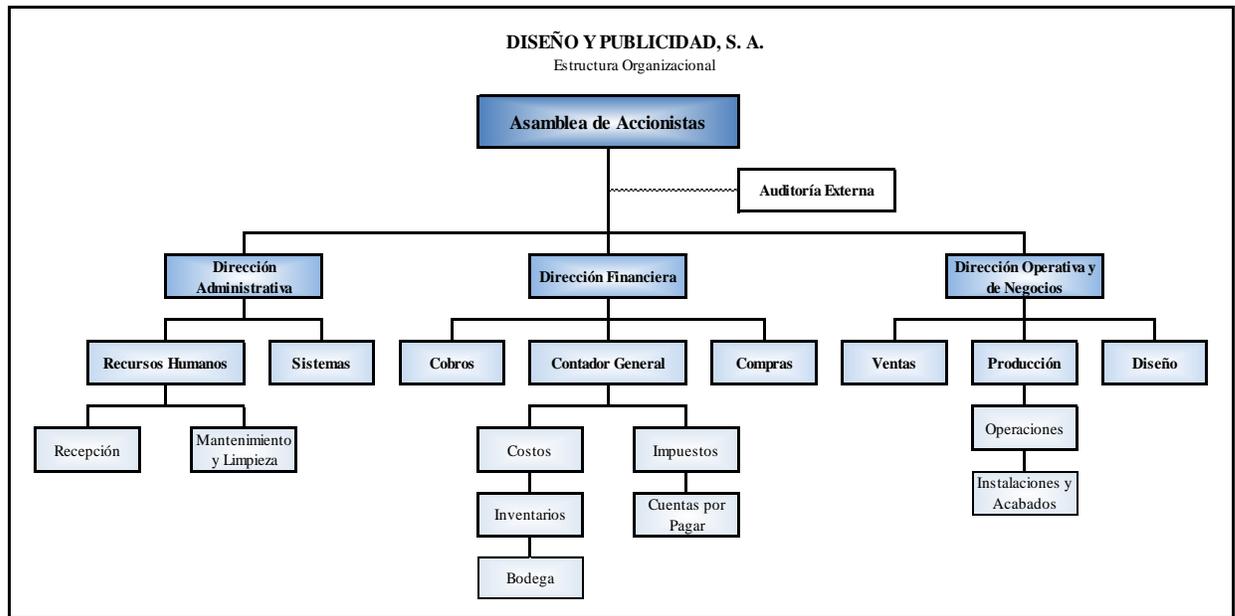
5.4 Desarrollo de la Propuesta

Basado en los requerimientos anteriores, a continuación se presenta un Plan General de Auditoría a los Estados Financieros por el período contable y fiscal comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2014.

5.5 Programa de Implementación

5.5.1 Estructura Organizacional:

Por ser una sociedad anónima y por el número de departamentos y personal que labora es necesario estructurar la organización de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración propia

5.5.2 Aspectos Legales y Fiscales

El trabajo comprende la revisión de la documentación para la verificación del cumplimiento legal y fiscal de acuerdo a la legislación guatemalteca.

5.5.2.1 Aspectos Contables

Revisión del cumplimiento de los aspectos contables con relación a los libros contables y registros auxiliares que debe llevar la compañía.

- Libro de Balances
- Libro de Inventarios
- Libro Mayor
- Libro Diario
- Libro de Actas y Libro de Accionistas
- Libro de compras y servicios adquiridos
- Libro de ventas y servicios prestados
- Libro de salarios

5.5.3 Trabajo de Auditoría

Al examinar la situación financiera de la empresa se pretende que la información presentada en los Estados Financieros sea confiable, clara y oportuna.

Se evalúa el control interno y el sistema contable de la empresa con el objeto de determinar debilidades y fortalezas del sistema de control interno que se utiliza.

La auditoría consiste en examinar ciertos aspectos administrativos con la intención de hacer recomendaciones para incrementar la eficiencia operativa, bajo este punto de vista se enfoca el examen a los Estados Financieros considerando los ciclos más importantes de la empresa los cuales son: Ciclo de Ingresos y Ciclo de Egresos.

5.5.3.1 Ciclo de Ingresos

El ciclo de ingresos comprende:

- Ordenes de clientes
- Facturación de bienes y servicios
- Cuenta por cobrar a clientes (Antigüedad de Saldos)

- Recibos de caja
- Depósitos realizados, transferencias, notas de crédito
- Cualquier otro ingreso en general

5.5.3.2 Ciclo de Egresos

El ciclo de egresos comprende:

- Cotizaciones de precios de productos y servicios
- Órdenes de compra
- Inventarios (Ingresos y salidas de bodega)
- Emisión de cheques soportados con toda la documentación legal y fiscal
- Compras locales e importaciones, etc.

En cada uno de los ciclos se evalúan los controles internos existentes, tomando en cuenta las políticas adoptadas por la administración de la empresa.

5.5.4 Informes

Derivado de la auditoría a realizarse a los Estados Financieros de la empresa, se presentan los informes siguientes:

- Carta a la gerencia de los hallazgos encontrados en el trabajo de auditoría.
- Carta a la gerencia con las recomendaciones para las correcciones de los hallazgos encontrados en la auditoría.
- Carta de contingencias fiscales si las hubiera.
- Dictamen de los Estados Financieros por el período comprendido al ejercicio fiscal.

5.5.5 Asesoría Fiscal

La legislación guatemalteca es amplia y cambiante, existen aspectos que las empresas deben tomar en cuenta para la aplicación y observancia, con el fin de no caer en irregularidades, creando contingencias fiscales, y de la misma manera aprovechar los beneficios que se pueden obtener de la correcta interpretación y aplicación de las principales leyes fiscales como son:

- Ley del Impuesto al Valor Agregado -IVA-
- Ley del Impuesto sobre la Renta (Régimen sobre Utilidades y Régimen Opcional Simplificado)
- Ley del Impuesto de Solidaridad -ISO-
- Y cualquier otra ley aplicable a la empresa.

5.6 Presupuesto de la Propuesta

Se considera que los honorarios profesionales ascienden a la suma de dos mil seiscientos sesenta y seis quetzales con sesenta y siete centavos (Q2,666.67) por cada mes auditado, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado para hacer un total por el ejercicio fiscal 2014 de treinta y dos mil quetzales exactos (Q32,000.00), el cuál será facturado contra entrega de los informes.

Se solicita un anticipo del 60% del total al momento de iniciar con el trabajo de auditoría y el 40% contra entrega.

5.6.1 Tiempo de la Auditoría

Tomando en cuenta el volumen de operaciones que maneja Diseño y Publicidad, S. A., se estima que la auditoría se realiza en veinte días hábiles contados a partir de la fecha de aceptación de la propuesta.

5.7 Conclusiones de la Investigación:

Se concluye el presente estudio con el dictamen de auditoría que se presenta a continuación:

5.7.1 Dictamen del Auditor y Estados Financieros

Alma Estela Urías Hernández
Estudiante de Contaduría Pública y Auditoría
Nit: 2853021-7
Colegiado XXX

Dictamen de los Auditores y Estados Financieros
Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima
Diciembre 31, 2014

Guatemala, noviembre de 2015

**Dictamen de los Auditores y Estados Financieros
Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima
Diciembre 31, 2014**

ÍNDICE

Contenido	Página
Dictamen	
Estados Financieros	
Estado de Situación	1-2
Estado de Resultados	3
Estado de Patrimonio de los Accionistas	4
Estado de Flujo de Efectivo	5
Notas a los Estados Financieros	6-11

DICTAMEN DEL AUDITOR INDEPENDIENTE

SEÑORES ACCIONISTAS
DISEÑO Y PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA
GUATEMALA, CIUDAD

He auditado los Estados Financieros adjuntos de **Diseño y Publicidad, Sociedad Anónima** (en adelante la compañía), los cuáles comprenden el Estado de Situación al 31 de diciembre de 2014, el Estado de Resultados, Patrimonio de los Accionistas y el Flujo de Efectivo para el año terminado en esa fecha.

Responsabilidad de la Administración por los Estados Financieros

La Administración de la compañía es responsable por la preparación y presentación razonable de estos Estados Financieros de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera. Esta responsabilidad incluye diseñar, implementar y mantener el control interno relevante para la preparación y presentación razonable de Estados Financieros, que estén libres de representaciones erróneas importantes debido a fraude o error, seleccionar y aplicar políticas contables apropiadas y efectuar estimaciones contables que sean razonables en las circunstancias pertinentes.

Responsabilidad del Auditor

Mi responsabilidad es expresar una opinión sobre los Estados Financieros con base a la Auditoría realizada. Se efectuó la misma de acuerdo con Normas Internacionales de auditoría. Estas normas requieren el cumplimiento con requisitos éticos y que se planifique y ejecute la auditoría para obtener seguridad razonable acerca de si los estados financieros están libres de representaciones erróneas importantes.

Una auditoría incluye ejecutar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los Estados Financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo evaluación de los riesgos de representaciones erróneas significativas en los Estados Financieros, debido ya sea a fraude o error. Al efectuar esas evaluaciones de riesgo, el auditor considera el control interno relevante para la preparación y presentación razonable de los Estados Financieros por parte de la compañía, con el fin de diseñar los procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias necesarias, pero no con el fin de expresar una opinión sobre lo apropiado de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones hechas por la administración de la compañía, así como evaluar la presentación en conjunto de los Estados Financieros. Considero que la evidencia de auditoría que he obtenido es suficiente y apropiada y que además proporciona una base para mi opinión de auditoría.

Opinión

En mi opinión, los Estados Financieros antes mencionados, presentan razonablemente en todos sus aspectos importantes, la situación financiera de la compañía al 31 de diciembre de 2014, el resultado de sus operaciones y el Flujo de Efectivo por el período terminado en esa fecha, de conformidad con NIIF para PYMES.

Alma Estela Urías Hernández
Estudiante de Contaduría Pública y Auditoría
Nit 2853021-7
Colegiado XXXX

Guatemala, noviembre de 2015

Diseño y Publicidad, S. A.
Estado de Situación
Diciembre, 31 de 2014
(Expresado en Quetzales)

ACTIVO	Notas	Dic. 2014
Activos no corrientes		
Propiedad Planta y Equipo	10	7,106,570
Otros activos	11	<u>74,255</u>
		7,180,825
Activos corrientes		
Caja y bancos	5	167,970
Cuentas por cobrar (Clientes)	6	4,795,538
Otras cuentas por cobrar	7	12,515
Inventarios	8	2,575,156
Impuestos por cobrar	9	<u>763,269</u>
		8,314,448
Total Activo		<u><u>15,495,273</u></u>

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

Diseño y Publicidad, S. A.
Estado de Situación
Diciembre, 31 de 2014
(Expresado en Quetzales)

CAPITAL	Notas	Dic. 2014
Capital y Reservas		
Capital autorizado		5,000,000
(-) Acciones por Suscribir		(2,025,000)
Reserva Legal		338,658
Utilidades acumuladas		5,062,667
Utilidad neta del ejercicio		1,328,919
		9,705,244
 PASIVO		
Pasivo no corriente		
Cuentas por Pagar a Largo Plazo	16	2,470,824
		2,470,824
 Pasivos corrientes		
Proveedores	12	1,559,051
Impuestos por Pagar	14	824,184
Prèstamos Bancarios a Corto Plazo	13	384,615
Otras cuentas por Pagar	15	551,355
		3,319,206
 Total Capital y Pasivo		15,495,274

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

Diseño y Publicidad, S. A.
Estado de Resultados
Diciembre, 31 de 2014
(Expresado en Quetzales)

DESCRIPCIÓN	Notas	Dic. 2014
Ingresos	17	22,482,814
Costos de Ventas	18	15,643,414
Gastos de Operación	19	4,915,843
Gastos y Productos Financieros	20	7,492
Utilidad antes de impuesto		1,916,064
Impuesto Sobre la Renta		517,203
Reserva Legal		69,943
Utilidad neta del ejercicio		1,328,919

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

Diseño y Publicidad, S. A.
Estado de Patrimonio de los Accionistas
Diciembre, 31 de 2014
(Expresado en Quetzales)

<u>DESCRIPCIÓN</u>	Dic. 2013	Aumento	Disminución	Dic. 2014
Capital autorizado	500,000	4,500,000	-	5,000,000
(-) Acciones por Suscribir	(125,000)	(1,900,000)	-	(2,025,000)
Capital pagado	375,000	2,600,000	-	2,975,000
Reserva Legal	268,715	69,943	-	338,658
Utilidades acumuladas	5,062,667	-	-	5,062,667
Utilidad neta del ejercicio	-	1,916,064	587,146	1,328,919
	5,706,382	4,586,007	587,146	9,705,244

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

Diseño y Publicidad, S. A.
Estado de Flujo de Efectivo
Diciembre, 31 de 2014
(Expresado en Quetzales)

<u>Flujo de Efectivo proveniente de:</u>	Dic. 2014
Utilidad neta del Ejercicio	1,328,919
 Cargos que no requirieron efectivo	
Depreciaciones y amortizaciones	326,845
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	1,655,764
 <u>Flujo de caja operaciones normales:</u>	
Proveedores	1,559,051
Impuestos por pagar	824,184
Otras cuentas por pagar	551,355
Préstamos Bancarios	384,615
Cuentas por Pagar a Largo Plazo	2,470,824
Capital de la sociedad	8,049,480
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	15,495,273
 <u>Actividades de Inversión</u>	
Aumento de Activos Fijos	7,180,825
 <u>Flujo de caja aplicado en:</u>	
Cuentas por cobrar	4,795,538
Otras cuentas por Cobrar	12,515
Inventarios	2,575,156
Impuestos por Cobrar	763,269
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	8,146,478
 <u>Aumento (Disminución) en caja y bancos</u>	
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	167,970
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	15,495,273

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

NOTA 1. CONSTITUCIÓN Y OBJETO

Diseño y Publicidad, S. A., fue constituida mediante escritura de constitución número 819 de fecha ocho de julio del año dos mil siete, ante los oficios del Abogado y Notario Sergio Eduardo Cifuentes Gregorio, con un capital de quinientos mil quetzales (Q500,000.00), representado y dividido en quinientas mil acciones (500,000) comunes, con un valor nominal de un quetzal Q1.00 cada una. Quedan suscritas y pagadas en este acto un total de cinco mil un quetzal (Q5,001.00) de acciones, que equivalen a cinco mil una acciones (5,001) del capital autorizado.

OBJETO: El objeto de la sociedad consiste principalmente en la prestación de servicios en general, negocios e inversiones, tanto locales como internacionales e incluyendo pero no limitando los siguientes: Asesoría Comercial, Financiera y de Negocios, Intermediación Comercial, Consultoría de todo tipo, Evaluación de Proyectos, Asociaciones Comerciales, Fusiones, Adquisiciones, Compras, Colocaciones, Estructuración de Financiamientos para proyectos, Tratados de Libre Comercio, Misiones Comerciales, Inversión extranjera, Conferencias, Seminarios, Capacitación, Eventos, Factoraje, Corretaje, Venta de Membresías y todas aquellas operaciones que directa o indirectamente se relacionen con tales objetos o que sirvan de medio para la realización de los fines de la sociedad. En términos del cumplimiento de los fines y objeto de la sociedad, no podrá suponer o limitar la actividad de la sociedad a tales rubros, sino que debe entenderse en el sentido más amplio posible.

MODIFICACIONES:

- Diseño y Publicidad, S. A., con escritura número 399 autorizada en esta ciudad capital, con fecha veintisiete de noviembre del año dos mil trece, accionada por el Abogado y Notario Fernando Adolfo Mazariegos Monroy quien modificó la escritura de constitución de sociedad por ampliación del Objeto, al se agregó lo siguiente: Impresión en todo tipo de materiales, diseño gráfico y conexo, publicidad, organización, montaje y comercialización de eventos públicos, quedando como la principal actividad comercial.
- Con escritura número 282 autorizada en esta ciudad capital, con fecha veintitrés de abril del año dos mil catorce, accionada por el Abogado y Notario Fernando Adolfo Mazariegos Monroy, quién modificó la escritura de constitución por un aumento de capital social de la entidad Diseño y Publicidad, S. A., por la cantidad de un millón quinientos mil quetzales (Q1.500,000.00), representado y dividido en un millón quinientas mil acciones nominativas con un valor de un quetzale (Q1.00) cada una.

- Con escritura número 616 autorizada en esta ciudad capital, el dieciocho de septiembre del año dos mil catorce, accionada por el Abogado y Notario Fernando Adolfo Mazariegos Monroy, quién modificó la escritura de constitución de Diseño y Publicidad, S. A., por un aumento de capital de tres millones de quetzales exactos (Q3.000,000.00), representado y dividido en tres millones de acciones con valor de un quetzal (Q1.00) cada una, el cual se pagará en cualesquiera de las formas establecidas en el artículo doscientos siete del Código de Comercio de Guatemala, por lo que el total del capital autorizado asciende a la suma de cinco millones de quetzales exactos (Q5.000,000.00), representado y dividido en cinco millones de acciones nominativas, con valor de un quetzal (Q1.00) cada una.

NOTA 2. UNIDAD MONETARIA

Los estados financieros de la compañía están expresados en quetzales, moneda oficial de la República de Guatemala, el 16 de marzo de 1,994, la Junta Monetaria autorizó que el valor del quetzal con relación al dólar de los Estados Unidos de Norte América se fije en el mercado bancario nacional a través de la oferta y la demanda de divisas.

Al 31 de Diciembre de 2014 el tipo de cambio en quetzales es de Q7.59675 por un dólar americano (US\$1.00).

NOTA 3. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLITICAS CONTABLES

A continuación se presenta un resumen de las principales políticas contables en la preparación de Estados Financieros:

3.1 INGRESOS

La compañía reconoce sus ingresos con base al método de lo devengado.

3.2 INVENTARIOS

La compañía registra sus inventarios bajo el método de Precio Histórico del bien.

3.3 ACTIVOS FIJOS

La compañía registra sus activos fijos al costo de adquisición y las depreciaciones de calculan bajo el método de línea recta, de acuerdo a los porcentajes establecidos en la Ley del Impuesto sobre la Renta.

3.4 RESERVA LEGAL

De acuerdo con disposiciones del Código de Comercio, de las utilidades obtenidas cada año, la empresa está obligada a trasladar una reserva al capital del 5% de los mismos.

NOTA 4. PAGO DE IMPUESTOS

La compañía está inscrita en el Régimen sobre Utilidades de Actividades Lucrativas con un porcentaje del 28% para el año 2014, para el cumplimiento del pago del Impuesto sobre la Renta.

NOTA 5. EFECTIVO EN CAJA Y BANCOS

Dic. 2014

Integración de Caja y Bancos:

Caja chica	500
Banco Industrial, S. A.	4,924
Banco de Desarrollo Rural, S. A.	5,234
Banco Promérica, S. A.	4,039
Banco GyT Continental, S. A.	153,273
	167,970
	167,970

NOTA 6. CUENTAS POR COBRAR

Dic. 2014

Integración de Cuentas por Cobrar (Clientes)

Clientes	4,884,342
Reserva para Cuentas Incobrables	(88,804)
	4,795,538
	4,795,538

NOTA 7. OTRAS CUENTAS POR COBRAR

Dic. 2014

Integración de Otras Cuentas por Cobrar:

Anticipo de sueldos a empleados	12,515
	12,515
	12,515

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

NOTA 8. INVENTARIOS

Dic. 2014

Integración de Inventarios:	
Inventario de Materia Prima	961,842
Inventario de Productos Terminados	1,613,314
	2,575,156

NOTA 9. IMPUESTOS POR COBRAR

Dic. 2014

Integración de Impuestos por Cobrar:	
ISR Pagos a Cuenta	328,018
Créditos Fiscales Pendientes de Reintegro (Exp. 2013-01-73403)	77,885
ISO años anteriores	159,995
ISO año en curso	197,371
	763,269

NOTA 10. PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

	Costo de Adquisición	Depreciación Acumulada	Valor en libros Dic. 2014
Integración de Propiedad Planta y Equipo:			
Mobiliario y equipo	767,118	259,917	507,201
Equipo de Computación	459,786	162,155	297,631
Vehículos	735,865	227,766	508,099
Edificios	2,730,481	5,000	2,725,481
Terrenos	1,400,000	-	1,400,000
Maquinaria y Equipos	2,049,644	689,749	1,359,895
Herramientas	79,527	30,889	48,638
Software	335,135	75,511	259,624
	8,557,557	1,450,987	7,106,570

NOTA 11. OTROS ACTIVOS

Dic. 2014

Integración de Otros Activos:	
Depósitos en Garantía	74,255
	74,255

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

NOTA 12. PROVEEDORES

Dic. 2014

Integración de Proveedores:

Proveedores Locales

1,559,051

1,559,051

NOTA 13. PRÉSTAMOS BANCARIOS A CORTO PLAZO

Integración de Préstamos Bancarios a Corto Plazo:

Sobregiro bancario GyT Continental, S. A.

163,817

Línea de Crédito GyT Continental, S. A.

220,799

384,615

NOTA 14. IMPUESTOS POR PAGAR

Dic. 2014

Integración de Impuestos por Pagar:

Cuota Laboral y Patronal IGSS

70,794

Débito Fiscal

176,590

ISR anual por Pagar

517,203

Retenciones ISR empleados

6,345

Retenciones ISR Terceros

5,254

Timbre de Prensa

3,954

ISO por Pagar

44,045

824,185

NOTA 15. OTRAS CUENTAS POR PAGAR

Dic. 2014

Integración de Otras Cuentas por Pagar

Cuota de Trabajadores Banco Promérica

4,613

Cobros por Liquidar

12,903

Prestaciones Laborales

533,838

551,354

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

NOTA 16. CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO

Integración de Cuentas por Pagar a Largo Plazo:

Cuentas Asociadas por Pagar	170,824
Préstamo Hipotecario (Escritura No. 53 de fecha 08/08/2014 monto original Q3.300,000.00, tasa de interés variable 7% anual)	2,300,000
	2,470,824

Dic. 2014

NOTA 17. INGRESOS

Integración de Ingresos:

Ventas	22,479,601
Otros Ingresos	3,213
	22,482,814

Dic. 2014

NOTA 18. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Integración del Costo de Producción:

Consumo de Materia Prima	8,963,139
Mano de Obra Directa	4,115,859
Gastos Indirectos	2,564,417
	15,643,414

Dic. 2014

NOTA 19. GASTOS DE OPERACIÓN

Integración de Gastos de Operación:

Sueldos, Salarios y Otras Remuneraciones	2,081,319
Aguinaldos	96,327
Vacaciones	48,164
Bono 14	96,327
Cuotas patronales pagadas al IGSS	146,865
Combustibles y Lubricantes	17,735
Arrendamiento de Bienes Muebles	38,367
Arrendamiento de Bienes Inmuebles	159,773
Impuestos, Tasas, Contribuciones y Arbitrios Municipales	102,842
Gastos de Reparación y Mantenimiento	862,616
Depreciaciones	326,845
Honorarios, Comisiones y pagos de Servicios Profesionales	68,153
Viáticos	58,296
Gastos de Promoción, Publicidad y Propaganda	143,103
Gastos Generales	669,111
	4,915,843

Dic. 2014

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

NOTA 20. OTROS GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS	Dic. 2014
Integración de otros gastos y productos financieros:	
<u>Gastos Financieros</u>	
Intereses préstamos	30,112
Pérdida en diferencial cambiario	20,396
Comisiones bancarias	27,988
Pérdida de capital	1,876
	<hr/>
	80,371
<u>Productos Financieros</u>	
Ganancia de capital	30,771
Intereses bancarios recibidos	36,806
Ganancia en diferencial cambiario	5,303
	<hr/>
	72,880
	<hr/>
Otros gastos y productos financieros	7,492
	<hr/> <hr/>

Las notas que acompañan son parte integrante de los Estados Financieros.

Conclusión

Se concluyó con el análisis requerido de las operaciones financieras, contables y administrativas de Diseño y Publicidad, S. A. y se presentaron resultados favorables a la administración cumpliendo con todos los requerimientos solicitados.

Diseño y Publicidad, S. A., desde el inicio de sus operaciones no había sido objeto de una Auditoría de Estados Financieros por lo que se procedió a realizar la misma por el período terminado comprendido de Enero a Diciembre del año 2014.

Para cumplir con el propósito de la auditoría se procedió a revisar lo siguiente:

I. Estados Financieros:

- a) Estado de Costo de Producción y Ventas
- b) Balance General y Estado de Resultados
- c) Balance de Saldos

II. Integraciones de Cuentas:

Todas las cuentas de activos, pasivos y capital, principalmente:

- Antigüedad de saldos de clientes y proveedores (Cuentas por cobrar y por pagar)
- Listados valorizados de inventarios
- Activos fijos (Integración detallada por rubro)
- Resultados acumulados
- Reserva legal

III. Otras informaciones contables:

- Conciliaciones bancarias
- Detalle de control auxiliar de activos fijos
- Archivo electrónico de compras y ventas del año
- Reporte de inventarios deteriorados, obsoletos y/o de lento movimiento

IV. Información legal y fiscal:

- Escritura constitutiva y sus modificaciones
- Contratos de arrendamiento y otros instrumentos legales
- Contratos de préstamos
- Acta notarial de Representante Legal actualizada
- Actas del Consejo de Administración
- Libro de accionistas
- Libros contables y auxiliares
- Declaraciones de impuestos incluyendo la declaración anual de Impuesto sobre la Renta correspondiente al año 2013
- Copia de la inscripción al Registro Tributario Unificado actualizado

Con la revisión de todos los documentos requeridos se obtuvo una opinión limpia en el Dictamen del Auditor independiente, lo que quiere decir que todas las operaciones muestran razonablemente su situación en todos sus aspectos importantes.

Referencias

- Lic. Mario Leonel Perdon Salguero
Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte I, Finanzas I
Ediciones Contables Administrativas -ECA-, 5ta. Edición 2007
- Erick I. Kohler
Diccionario para Contadores UTEHA
Edición I, 1974
- Royal Foulke
Análisis Práctico de Estados Financieros
- Perdomo Moreno
Análisis e Interpretación de Estados Financieros
Ediciones Contables Administrativas, S. A.
México D. F.
- Lic. Mario Leonel Perdon Salguero
Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte II, Finanzas I
Ediciones Contables Administrativas -ECA-, 2da. Edición 2005