



Nombre de alumno: Cristian Jerónimo Guzmán Moreno.

Nombre del profesor: C.P Julio Cesar Mendez.

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Contabilidad avanzada.

Grado: 6° cuatrimestre

Grupo: Contaduría Publica

AGENCIA, MATRICES Y SUCURSALES

Para dar inicio, es importante el realizar un estudio que enfoca a esta: agencia, matrices y sucursales, en donde estarán contenidos los temas: concepto, características e importancia, registro contable y aplicación práctica.

En esta investigación de llevar a cabo a través de un análisis detallado en el cual se tratará de comprender los aspectos que engloban las agencias, matrices y sucursales, para poder tener el suficiente conocimiento y de esta manera poder desarrollar los términos satisfactorios en el ámbito laboral correspondiente a la de contabilidad.

Como primer punto a tratar en este ensayo, empezaremos a definir lo que es una agencia, los elementos que componen su registro, así como sus características e importancias y su aspecto contable.

Luego de esa misma manera seguiremos con matrices, características e importancia, así como su registro contable y aplicación práctica de una empresa matriz y para después cerrar con sucursales, que es donde conoceremos igual sus características, registro contable y aplicación práctica.

Agencia

Agencia es el oficio, la oficina o el despacho del agente (la persona que tiene la virtud de obrar, que actúa con poder de otra o que es intermediario entre un vendedor y un comprador). El concepto procede del latín *agentia* que, a su vez, tiene su origen en *agens* “el que hace¹. Es decir,” Es una empresa que se dedica a prestar servicios y que, por lo general, gestiona asunto que no le son propios. Por ejemplo, una agencia de publicidad, es la compañía que desarrolla e implementa la publicidad de un anunciante (su cliente).

Características de una agencia

- tiene personalidad jurídica propia
- tienen mercancía para la exhibición
- generalmente no tienen existencias con mercancías u únicamente utilizan muestrarios, catálogos y generalmente literatura especializada con el fin de facilitar la colocación de pedidos
- tramita pedidos de la casa central
- normalmente distribuyen productos de diferentes marcas y fabricantes.
- Cobran comisión por las mercancías vendidas
- No mantienen inventarios. Colocan pedidos, además de efectuar cobranzas y remitir el efectivo a la casa matriz.
- Lleva un registro de fondo de caja
- No maneja su propio fondo de caja, sino que este proviene de la casa central
- No tiene capital propio

Su Importancia

Consiste en distribuir los productos de un intermediario, al cual se conoce como matriz, esto con la finalidad para elevar las ventas, incrementando su clientela y por consecuencia sus ingresos

Su registro contable:

¹ (Perez P. & Merino, 2010)

Las agencias no están obligados a llevar un registro contable teniendo en cuenta que las agencias se concretan a colocar pedidos cuyas mercancías se despachan directo por la oficina principal, su control y registro se efectuara en la contabilidad de la casa matriz o casa central, con el fin de conocer las utilidades o las pérdidas que se obtienen por operaciones realizadas a través de dichas oficinas.

La agencia para llevar un buen control contable “es necesario que abran las siguientes cuentas como: costo de ventas agencias, ventas agencias, gasto de ventas agencias, fondo de trabajo de la agencia, clientes de la agencia, fondo fijo de la agencia y pérdidas y ganancias de las agencias”².

Ventajas

- No representa una cantidad significativa de gastos fijos, ni costos adicionales por la inversión en instalaciones o construcciones
- La comisión representa un costo variable de ventas para la casa matriz
- Muchas compañías acostumbran contratar a sus comisionistas como si fueran empleados, sujetos a un salario variable

Desventajas

- No es posible utilizarlo para todos los tipos de productos en el mercado
- Gran cantidad de cartera
- Costos de control y mantenimiento
- La poca fidelidad de los agentes

Registro contable:

La contabilidad de las agencias de ventas depende de las necesidades y deseos de la administración.

- Fondo de trabajo de la agencia
- Clientes de la agencia
- Ventas de la agencia
- Costo de ventas de la agencia
- Gastos de venta de la agencia

² (Rafael, 2013)

Matriz

Es la empresa dueña de otra u otras empresas, “es la dueña de la agencia o la sucursal. Es la empresa que, por necesitar expandir sus operaciones, abre una agencia o una sucursal en determinado territorio. Casa matriz, se define como casa matriz, a la empresa que tiene, una inversión en otra empresa llamada SUBSIDIARIA, dicha inversión deberá ser del 51% o más de las acciones de la misma, esto para mantener el dominio administrativo, dado que el interés mayoritario que posee”³.

Su característica e importancia

Registro contable

Aplicación práctica de una empresa matriz

Sucursales:

Características

Registro contable

Aplicación práctica de una empresa.

³ (LOPEZ, 2017)