



NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DEL SURESTE.

NOMBRE DEL ALUMNO: RAYBEL GOMEZ MORENO

NOMBRE DEL DOCENTE: JULIO CESAR MÉNDEZ GÓMEZ

CARRERA: CONTADURIA PUBLICA Y FINANZAS.

CUATRIMESTRE: 6º

GRUPO: "A"

NOMBRE DEL TRABAJO: ENSAYO

LUGAR Y FECHA DEL TRABAJO: BACHAJON CHILON CHIAPAS, 07
JULIO DE 2022

INTRODUCCIÓN

en este trabajo se dará a conocer de cómo se extiende las actividades a las zonas distantes geográficamente, con el objetivo de aumentar el volumen de sus ventas para llevar a cabo esta extensión territorial, se pueden utilizar agentes viajeros. Sin embargo, en algunas oportunidades, este procedimiento no es satisfactorio por lo que hace necesario instalar centros de distribución.

Por otro lado, facilita y acelera las operaciones de venta o la prestación del servicio. El establecimiento de las oficinas de distribución puede hacerse adoptado de forma de una agencia o de una sucursal.

Agencias.

La economía de los países del mundo está estrechamente vinculada con la actividad económica desarrollada en su conjunto por las empresas que los conforman, ya sea en su carácter de personas físicas o morales, y constituyen micro, pequeñas, medianas o grandes organizaciones, de carácter público o privado. Para que un país muestre una economía sana es necesario que estas empresas sean rentables y eficientes. Así, en la actualidad, la forma de comerciar, no sólo local o regional sino internacional o mundial, ha dado origen a bloques económicos y al surgimiento de tratados comerciales, así como al acatamiento de términos como globalización, calidad total, aldea global, tecnología informática, ciberespacio, etc. Sin embargo, independientemente del campo en que se desarrollen la industria o el comercio, los servicios, las finanzas, la ciencia y tecnología, la informática o cualquier otra actividad, todos comparten una característica común: la competencia como eje central y por medio de ésta se crea una divisa característica que busca ganar la mayor cantidad de clientes a quienes satisfacer sus necesidades, es decir, pretenden obtener la mayor cantidad de mercados o posicionarse de un determinado nicho, todo encaminado a incrementar sus ingresos y utilidades, para otorgar a los inversionistas mayores niveles de riqueza y satisfacción.

Concepto, características e importancia.

Una agencia o un agente es un vendedor independiente de la matriz en el sentido administrativo y económico, que realiza sus actividades en determinados mercados establecidos con antelación, para vender de manera preponderante o exclusiva las mercancías de la casa matriz. Una característica esencial es que la agencia tiene personalidad jurídica propia, por lo cual es responsable de sus obligaciones fiscales. Por su parte, la actividad de los agentes de ventas está regulada por un contrato de comisión mercantil por medio del cual perciben una comisión relacionada con las mercancías vendidas.

La comisión mercantil es el contrato por el cual el comisionista se obliga a ejecutar o realizar por cuenta de otra persona, el comitente, los actos concretos de comercio que éste le encarga. Es un contrato que se perfecciona por la simple aceptación del comisionista, ya que la agencia o los agentes se encuentran en libertad de aceptar el encargo que hace el comitente, pero en caso de rechazarlo, se debe avisar de inmediato.

La aceptación de la comisión puede ser expresa o tácita, de manera que cualquier gestión que practique el comisionista en el desempeño del encargo, lo obliga a continuarlo hasta su conclusión, entendiéndose que aceptó tácitamente la comisión. Esta última puede realizarse por escrito o verbalmente.

Registro contable.

Derivado de las características de contar con personalidad jurídica propia, así como independencia económica y administrativa, las agencias no están obligadas a llevar un sistema de contabilidad igual al implantado por la matriz, toda vez que los agentes o la agencia se limitan a rendir informes a la principal en relación con el desarrollo de sus ventas; por lo tanto, cuentan con libertad para establecer sus propios sistemas de registro.

La contabilidad de las agencias de venta depende de las necesidades y deseos de la administración y es básicamente similar a la que se lleva para el funcionamiento de departamentos.

Algunas firmas sólo acumulan ventas por agencias; otras distribuyen el costo de las mercancías vendidas y, por lo tanto, están en capacidad de determinar la utilidad bruta por agencia; todavía hay otras que tratan de asignar gastos y determinar una utilidad por funcionamiento o ventas a cada agencia. La matriz, con la finalidad de establecer un control adecuado de las operaciones realizadas por las agencias, debe abrir tantas cuentas particulares como sea necesario, donde registre las ventas, y los costos y gastos.

son relativos, y estar en condiciones de determinar correctamente el importe de las comisiones y el momento de preparar la información financiera para revelar clara y comprensiblemente las operaciones realizadas por los agentes. Para lograrlo, se emplean las siguientes cuentas: fondo de trabajo de la agencia, clientes de la agencia, ventas de la agencia, costo de ventas de la agencia y gastos de venta de la agencia

Concepto de sucursales.

Así como las agencias, la sucursal constituye otro medio del que se vale la empresa para expandir sus mercados, al hacer accesibles a los clientes las mercancías que éstos requieren: fundamentalmente en aquellas zonas retiradas de la sede de la casa matriz. Una característica de las sucursales es no tener personalidad jurídica propia, de donde surge su dependencia económica y de las políticas administrativas de la matriz, aun encontrándose en lugares remotos del domicilio de la casa central. Por ello, la responsabilidad fiscal recae directamente sobre la casa matriz.

En las sucursales se requiere precisar las ventas, su costo, los gastos y las utilidades o pérdidas obtenidas por cada sucursal. En el caso de que las sucursales controlen activos y pasivos, también es indispensable controlar dichos renglones.

Es común que la sucursal maneje un surtido de mercancías que le permita efectuar las entregas a sus clientes, por estar más cerca de ellos que las bodegas de la matriz. Para el abasto de mercancías, la sucursal puede obtenerlas directamente de la casa matriz o, en su defecto, adquirirlas con los proveedores establecidos en su localidad. Si la adquisición se realiza por medio de estos proveedores puede requerírsele a su gerente o responsable que en primer lugar recabe la aprobación

de la gerencia de compras, o que coloque el pedido a través de la gerencia de compras de la matriz.

Las sucursales están autorizadas a conceder créditos y realizar la cobranza respectiva, con lo cual cubren sus gastos. Los gerentes o encargados de la sucursal no perciben una comisión por el desempeño de su encargo, sino que cobran un sueldo.

Control.

La organización y operación de sucursales no es uniforme en todas las empresas, variando desde la sucursal mercantil o manufacturera casi independiente, en la cual se llevan los asuntos contables de la sucursal hasta la sencilla agencia de ventas, en la cual casi no se llevan labores contables. Cada sucursal es directamente responsable ante la oficina central de distrito y ésta, a su vez, responde ante la oficina matriz.

El método de organización y operación de la sucursal adoptado por una empresa depende de las necesidades de la organización. Algunas empresas sostienen agencias o sucursales de ventas que simplemente manejan muestras, y los embarques a los clientes se hacen desde la oficina matriz.

Otras empresas mantienen sucursales con inventarios parciales; los embarques parciales se hacen desde las sucursales y los embarques restantes se envían desde la oficina matriz. Otras compañías permiten que las sucursales únicamente efectúen ventas al contado; otras aceptan ventas a crédito en las sucursales, pero se factura al cliente desde la oficina matriz

Registro contable.

Conviene mencionar que en este tipo de transacciones se pueden presentar varios casos; por ejemplo, cuando la matriz envía mercancías a la sucursal, señalándole el precio de costo de la misma y, por lo tanto, es posible que la sucursal determine la utilidad o pérdida obtenida; o bien, cuando la mercancía es remitida por la matriz a la sucursal sin especificar el precio de costo de la misma, o éste es un precio arbitrario distinto del de costo, en cuyo caso será necesario emplear cuentas de orden. Nosotros nos abocaremos

a estudiar el primer caso de ellos, en el entendido de que, si conocemos el aspecto general, lo particular, en su momento, será fácilmente comprendido.

Alpha y Omega, S.A., en su carácter de casa matriz, con domicilio en la ciudad de Puebla, decide establecer una sucursal en el estado de Oaxaca, bajo las siguientes políticas:

- ❖ La matriz incluirá en su contabilidad, la cuenta —Sucursal, cuenta corrientell.
- ❖ La sucursal llevará un sistema de contabilidad, el cual incluirá la cuenta, Casa matriz, cuenta inversiónll.
- ❖ Para el registro de las operaciones de mercancías se empleará el procedimiento de inventarios perpetuos.
- ❖ Por las mercancías que la casa matriz envíe a la sucursal, le informará el precio de costo.
- ❖ La sucursal está facultada para realizar compras de mercancías al contado o a crédito.
- ❖ La sucursal está facultada para realizar compras de activos fijos y otros que sean necesarios, al contado o a crédito.
- ❖ La matriz como la sucursal podrá efectuar gastos de esta última.
- ❖ Las tasas de estimaciones, depreciaciones y amortizaciones le serán indicadas a la sucursal directamente por la matriz.
- ❖ La sucursal enviará mensualmente y a fin de ejercicio, la información que le sea requerida por la matriz, incluyendo sus estados financieros.
- ❖ La casa matriz se encargará de efectuar la combinación de los estados financieros

conclusión:

se comprendió de como proyectar una organización de ventas en territorios situados a alguna distancia de la oficina central. Son lugares de negocios sin personalidad jurídica en los que la empresa efectúa toda.

Una agencia o un agente es un vendedor independiente, que ejerce sus actividades con independencia económica y administrativa de la casa matriz, o sea es responsable de sus obligaciones fiscales. Consiste en distribuir los productos de un intermediario, al cual se Las agencias no están obligadas a llevar un registro contable igual al que lleva la

casa central o casa matriz, esta última si debe llevar un control de cada una de las agencias, abriendo tantas cuentas como número de agencias posea.

BIBLIOGRAFIA.

- Martínez Castillo Aureliano. (2012). Consolidación de Estados Financieros. Contabilidad Avanzada para grupos de Empresas / 3 ED. Mc Graw Hill.
- Álvaro Romero Javier. (2009). Contabilidad Avanzada I. Mc Graw Hill.
- Álvaro Romero Javier. (2009). Contabilidad Avanzada II. Mc Graw Hill.
- Boned José Luis. (2011). Consolidación de Estados Financieros. PROFIT