



Mi Universidad

Nombre del Alumno: María Fernanda García Velázquez.

Nombre del tema: Matriz, Sucursal, Punto de Venta y Agencia.

Parcial: I ro.

Nombre de la Materia: Contabilidad Avanzada.

Nombre del profesor: Ronal Salas Pérez.

Nombre de la Licenciatura: Contaduría Pública y Finanzas.

Cuatrimestre: 6°.

Lugar y Fecha de elaboración: Frontera Comalapa Chis. a 30 de julio de 2024

	CONCEPTO	IMPORTANCIA	CARACTERÍSTICAS
MATRIZ	Una empresa matriz adopta una forma organizativa donde las empresas que la forman suelen estar participadas al 100%, de modo que actúan como divisiones del grupo. La oficina central se denomina "matriz" y asume el diseño de la estrategia del grupo.	Las matrices son herramientas que te ayudan a evaluar la situación actual de tu empresa y a identificar las oportunidades y los riesgos que enfrenta. Hay muchas matrices diferentes que se pueden utilizar para el análisis estratégico, y cada una tiene sus propias fortalezas y debilidades	La empresa matriz se encuentra en el nivel más alto de la jerarquía, seguida de las empresas filiales. Las filiales se organizan en divisiones, y cada una de ellas cuenta con sus propios productos o servicios. La empresa matriz es propietaria del capital de las empresas filiales y tiene derechos de voto en ellas.
SUCURSAL	Una sucursal es una empresa de comercio o industrial que depende de una casa matriz y puede estar ubicada dentro del mismo país o fuera de él.	Las sucursales son importantes, porque sirven para extender los negocios más allá de los límites de las oficinas principales. Tienen la posibilidad de llegar a más y a nuevos clientes.	<ul style="list-style-type: none"> -Tienen mercancía para la venta directa. -Adminstran su dinero, aunque tienen dependencia económica. -Comparten el sistema contable, en donde registran las operaciones realizadas. -No cuentan con capital social particular. -Carecen de autorización para la toma de decisiones. -Cuentan con representación legal permanente.
PUNTO DE VENTA	Un punto de venta es aquel espacio, físico o virtual, en el que una empresa establece contacto con su cliente potencial, pudiendo desarrollarse en este una transacción de compra venta.	<ul style="list-style-type: none"> Optimiza el proceso de pago. Ofrece más opciones de pago. Desarrolla programas de fidelización. Obtiene datos precisos de tus ventas. Mejora la experiencia del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Facilidad de uso. 2) Seguridad. 3) Generación de reportes. 4) Control de inventarios. 5) Soporte al cliente.
AGENCIA	Es una empresa que se dedica a prestar servicios y que, por lo general, gestiona asuntos que no le son propios. Una agencia de publicidad, por ejemplo, es la compañía que desarrolla e implementa la publicidad de un anunciante	Las agencias desempeñan un papel crucial en la creación y ejecución de estrategias de marketing y publicidad para empresas y organizaciones.	Es una entidad, física o moral, que ejerce sus actividades con independencia económica y administrativa de la casa matriz.