



**Mi Universidad**

# **ACTIVIDAD 1**

NOMBRE DEL ALUMNO: Karina Lisset González Roblero

TEMA: Agencias. Matrices y Sucursales

PARCIAL: 1

MATERIA: Contabilidad Avanzada

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Ronal Salaz Perez

LICENCIATURA: Contaduría Publica y Finanzas

CUATRIMESTRE: 6°



ght back to life anyway, I had  
ght back to life anyway, I had  
ght back to life anyway, I had

# AGENCIA

## 1 CONCEPTO

Una agencia es una relación contractual entre dos partes, donde una parte (el agente) actúa en nombre y por cuenta de la otra parte (el principal) en la realización de ciertas actividades o transacciones.



## 2 EJEMPLOS

- Agencia de viajes
- Agencia de inmobiliaria
- Agencia de publicidad
- Agencia de empleo



## 3 CARACTERISTICAS

- El agente tiene la autoridad de actuar en nombre del principal.
- El agente debe actuar en el mejor interés del principal
- El principal es responsable de las acciones del agente.
- REPRESENTACION COMERCIAL: un agente vende productos o servicios en nombre de una empresa.
- GESTION DE PROPIEDADES: un agente inmobiliario actúa en nombre del propietario para vender o alquilar una propiedad.
- SERVICIOS FINANCIEROS: un agente de bolsa actúa en nombre de un cliente para comprar o vender acciones.



## 4 APLICACION PRACTICA

Se registra como un gasto o ingreso en la contabilidad principal, dependiendo de la naturaleza de la transacción. El agente puede cobrar una comisión por sus servicios, que se registra como un ingreso en su contabilidad.



## 5 REGISTRO CONTABLE

- Permite a las empresas expandir su alcance y presencia en el mercado.
- Proporciona servicios especializados y de alta calidad a sus clientes.
- Facilitan la realización de transacciones y actividades comerciales.



## 6 IMPORTANCIA



# MATRIZ

1

## CONCEPTO

Una matriz es una empresa principal que controla una o varias subsidiarias mediante la propiedad de acciones o participaciones.



2

## EJEMPLOS

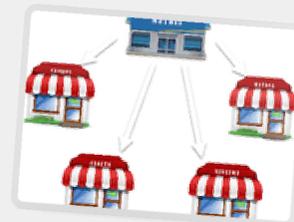
- Una empresa multinacional con subsidiarias en diferentes países.
- Un conglomerado que controla varias empresas en diferentes sectores.
- Un grupo empresarial con varias empresas subsidiarias.



3

## CARACTERISTICAS

- Control sobre las sucursales.
- Propiedad de acciones o participaciones.
- Dirección estratégica y operativa.



4

## APLICACION PRACTICA

- Consolidación de estados financieros.
- Gestión de riesgos y oportunidades.
- Optimización de recursos y sinergias.



5

## REGISTRO CONTABLE

La matriz registra la inversión en las sucursales cómo un activo en su balance general. Se consolidan los estados financieros de la matriz y las subsidiarias para reflejar la situación financiera y los resultados de la empresa en su conjunto.



6

## IMPORTANCIA

- Permite a las empresas expandir su alcance y presencia en el mercado.
- Proporciona una estructura de gestión y control efectiva.
- Facilitan la consolidación de estados financieros y la gestión de riesgos.



# SUCURSAL

1

## CONCEPTO

Una sucursal es una parte de una empresa que opera en un lugar diferente al de la sede central, pero no tiene personalidad jurídica propia.



2

## EJEMPLOS

- Una cadena de tiendas con sucursales en diferentes ciudades.
- Un banco con sucursales en diferentes barrios o ciudades.
- Una empresa de servicios con sucursales en diferentes países.



3

## CARACTERISITICAS

- No tiene personalidad jurídica propia.
- Depende de la matriz o sede central.
- Comparte la misma estructura y políticas que la matriz.



4

## APLICACION PRACTICA

Una empresa puede abrir sucursales en diferentes ciudades o países para ampliar su mercado. Asimismo puede ofrecer servicios a clientes en un área específica o vender productos de la empresa en un lugar determinado.



5

## REGISTRO CONTABLE

Se registra como una parte de la empresa principal en la contabilidad. Los estados financieros de la sucursal se con solidad con los de la mtriz.



6

## IMPORTANCIA

- Permite a las empresas expandir su alcance y presencia en el mercado.
- Proporciona una mayor proximidad a los clientes y una mejor atención al cliente.
- Facilitan la prestación de servicios y la venmta de productos en diferentes lugares.

