

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



INVESTIGACION SOBRE SISTEMAS CONTABLES EN UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA

SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CONTADURIA
P R E S E N T A

JAIME MANUEL CASTRO SUAREZ

DIRECTOR DEL SEMINARIO: C. P. NICOLAS BARRÓN Y PAZ
MEXICO, D. F. 1980



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

	Pag.
INTRODUCCION	
CAPITULO I. GENERALIDADES DE LA CERVEZA Y SU DISTRIBUCION.	3
1. Antecedentes Históricos de la Cerveza.	4
2. La Cerveza. El Proceso de Elaboración.	15
3. Distribución de la Cerveza.	20
CAPITULO II. DESCRIPCION Y ESTRUCTURA GENERAL DE UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA.	
1. Naturaleza Jurídica.	24
2. Descripción de la Actividad de la Empresa.	25
3. Estructura Orgánica.	27
a) Organigrama General Estructural.	37
b) Descripción de Funciones y Responsabilidades.	
CAPITULO III. EL CONTROL INTERNO.	76
1. Concepto.	77
2. Objetivos del Control Interno.	80
3. Elementos del Control Interno.	82
4. Vigilancia del Control Interno.	86
5. Puntos Esenciales de Control Interno en una Distribuidora de Cerveza.	88
a) Compras.	
b) Ventas.	
c) Inventarios.	
CAPITULO IV. SISTEMA CONTABLE.	102
1. El Sistema de Contabilidad	103
a) Definición.	
b) Elementos.	

2. Cráfica del Sistema Contable de una Distribuidora de Cerveza.	105
3. Descripción de la Cráfica del Sistema Contable.	108
a) Sistema de Pólizas.	
b) Elementos del Sistema Contable.	
c) Aplicación del Sistema Contable.	
4. El Sistema Contable y la Informática.	113
5. El Catálogo de Cuentas.	116
a) Importancia.	
b) Catálogo de Cuentas.	
c) Instructivo al Catálogo de Cuentas.	
6. Aspectos Fiscales.	141
CAPITULO V. LOS ESTADOS FINANCIEROS Y LA INFORMACION A LA CERENCIA.	146
1. Finalidad e Importancia de los Estados Financieros.	147
2. Elementos de un Estado Financiero.	148
3. Requisitos de un Estado Financiero.	149
4. Clasificación de los Estados Financieros.	149
5. Estado de Situación Financiera de una Distribuidora de Cerveza.	151
6. Estado de Resultados de una Distribuidora de Cerveza.	152
CONCLUSIONES	159
BIBLIOGRAFIA .	161

I N T R O D U C C I O N

La continua evolución de la actividad económica del país, y por ende el constante desarrollo de las empresas, requiere en consecuencia, la atinada toma de decisiones por parte de los directivos de las organizaciones para ser partícipe de esa transformación.

Asimismo, el incremento en el volúmen de operaciones que efectúan las empresas, hacen evidente la imperiosa necesidad de su control y registro adecuado, así como contar con una organización eficiente para procesar los datos; es decir un Sistema Contable eficaz que coadyuve a la buena marcha de los negocios.

El objetivo de éste trabajo está encaminado al estudio de los Sistemas Contables en una Distribuidora de Cerveza, acentuando inicialmente la importancia de la estructura organizacional y el control interno, vinculados estrechamente con los elementos que constituyen en sí al sistema contable, y que propician la obtención de información financiera selecta, confiable y oportuna, que sirva de apoyo para tomar las decisiones idóneas.

.

Espero finalmente, que dicho tema sea de interés y que contribuya a ampliar los conocimientos del Licenciado en Contaduría, y a aquellas personas que en un momento dado deseen o necesiten conocer del mismo.

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA CERVEZA Y SU DISTRIBUCION.

GENERALIDADES DE LA CERVEZA Y SU DISTRIBUCION.

1. ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA CERVEZA.

a) La Edad Antigua.

La cerveza tiene en su haber un pasado con prestigio. El origen de las bebidas nutritivas hechas a base de la fermentación de granos, es tan remota como el cultivo de los cereales.

Se considera que la primera región en la que se elaboró la cerveza fué la Mesopotamia tres mil años antes de nuestra era.

Herodoto y Diódoro la elogian denominándola "vino de malta", los procedimientos de elaboración eran primitivos; pero ya en esa época se exigían que fuese brillante y clara y para ese efecto se le sometía al filtrado de arcillas.

El consumo de ésta cerveza rudimentaria dejó de estar confinado a la región mesopotámica, y paulatinamente se extendió a numerosos pueblos que la adoptaron como su bebida predilecta. Se--

tecientos años antes de Cristo el griego Archilochos hace mención de la bebida que preparaban los frigios y los tracios, con cebada y especias.

Xenofonte narra que los moradores de las riberas del Mar Muerto elaboraban un "vino de cebada"; y Plinio se refiere a la "cervisia" que se producía en España y en la parte norte de África.

Los egipcios, famosos por su inventiva en lo que a alimentos y bebida se refiere, la perfeccionaron, agregándole cantidades pequeñas de lúpulo, utilizándose aún hoy en día en su elaboración.

De la península helénica e islas circundantes, los romanos copiaron la costumbre de beber cerveza. De manera simultánea se fué generalizando el consumo de la cerveza en todos los pueblos de la antigüedad, civilizados y bárbaros.

Entre los Celtas se le llamó "cervisia", vocablo que proviene de una doble raíz; de "CERA", "CERES", deidad benevolente y pródiga, de las cosechas y cereales, y de "VIS" la fuerza; es decir la cerveza era tanto como la energía, la fuerza que otorgaba Ceres.

Entre los babilonios, la malta, la levadura y la cerveza, desempeñaban importante papel en la medicina, que "NINURTA", la diosa de la cebada, y su otra personificación "NIDO.BA", la diosa de la cerveza, eran divinidades no sólo propicias para la salud sino también para las curaciones.

b) Epoca Medioeval.

En la parte norte de Europa la cerveza cobró singular arraigo. De la antigua palabra del alemán "bior" o "pior" se derivó el moderno vocablo inglés "beer", que significa cerveza. Esta pronto substituyó al hidromiel o "met", que era la bebida popular; paulatinamente se fueron depurando los procedimientos para su elaboración, hasta generalizarse el agregado del lúpulo para aromatizarla en el siglo XIII, obteniendo como resultado el que prácticamente todas las demás bebidas quedaran eliminadas, excepción hecha del vino en las orillas del Rhin.

Sin embargo pese a lo amplio de su difusión y a su antigüedad, la elaboración comercial de la cerveza tuvo poca importancia en el continente europeo, hasta antes del siglo XVI. Durante el Medioevo, fué más bien una labor familiar encomendada frecuentemente

a la mujer, cuando no un privilegio de monasterios.

Los campesinos y burgueses aprendieron pronto a hacer cerveza, se constituyeron en uniones gremiales, primero en el norte y después en el sur. En 1258 los cerveceros de París ya organizados, expidieron un Reglamento, el cuál fué publicado diez años más tarde en el "Libro de los Oficios", por el Preboste Etienne Boileau. Este reglamento fué redactado con el propósito de asegurar a los consumidores, que en la elaboración de la cerveza se utilizaban materias primas de buena calidad.

c) El Renacimiento.

Con la culminación del Renacimiento, simultáneamente viene la época de los grandes descubrimientos geográficos, y, en las largas travesías marítimas de entonces, la cerveza representa un importante papel. Dado lo prolongado de esos viajes, el agua se ha-
cía impotable, siendo el sustituto ideal la cerveza, ya que se con-
servaba durante periodos más largos, asimismo brindando a los marinos importantes elementos nutritivos.

Cuando Colón llegó al Nuevo Continente, encontró que los na-

tivos elaboraban bebidas fermentadas, principalmente de maíz, y en algunas de sus cartas escribió que "eran parecidas a la cerveza de Inglaterra".

Como dato curioso se cita que uno de los factores que contribuyeron al establecimiento de los peregrinos del "Mayflower" en Nueva Inglaterra, fué precisamente la escasez de cerveza. Su destino era la colonia de Virginia. Sin embargo, en el cuaderno de bitácora se anotó: "...no tenemos tiempo para mayores búsquedas ya que se han escaseado nuestras provisiones y especialmente la - cerveza".

Durante la época colonial norteamericana, la cerveza tuvo un importante papel, siendo, como en Europa, la bebida del pueblo. - La Biblioteca Pública de Nueva York, tiene como uno de sus más - preciados manuscritos, la receta de Jorge Washington para fabricar cerveza.

d) La Cerveza en México.

En México Precolombino existían bebidas, que dentro de lo - primitivo de su elaboración, tenían cierta semejanza con la cerve-

za. Una de ellas era el tesguino, llamado también tejuino o izquiate, "que es de un claro y lindo color ámbar, más denso que ligero, y que se bate con molinillo antes de beberse para que levante gran espuma"; otra bebida es el sendecho, que según el sabio Orozco y Berra era "semejante al bier de los antiguos germanos, sólo que éstos utilizaban la cebada en lugar del mafz", y del que aseguraban los cronistas que "daba al cuerpo vigor, quitaba males y no embriagaba".

Cuando el conquistador Alfonso de Herrera fué a la corte de España a llevar al Emperador Carlos V una gran variedad de ricos presentes, le pidió la merced que se le dejara elaborar cerveza en México, licencia que se le otorgó. Años después, en 1544, le decía a su Sacra Majestad que en la capital de la Nueva España había puesto buena fábrica de cerveza, la cual iba subiendo en prosperidad.

Hacia 1825 se tiene conocimiento de la existencia de pequeñas fábricas de cerveza en varias ciudades del interior del país, y luego en 1845, se habla de cervecerías de alta fermentación en la capital. Estas fueron las de la "Pila--Seca", fundada por Bernhard

Bolgard, de origen suizo, y la "Candelaria", por Federico Herzog, de Baviera.

Posteriormente en 1860, Carlos Fredenbaen fundó la Cervecería "San Diego" que operó hasta 1889; en 1865, el suizo Agustín Mares estableció la Compañía Cervecería Toluca y México, S. A.; Emil Dercher, cervecero alsaciano construyó en 1869 una cervecería pequeña en la ciudad de México.

En el Estado de México en su capital Toluca fué donde se empezó a fabricar cerveza Lager. Después, Don Juan E. Ohrner en Guadalajara, Jalisco, fué el segundo cervecero que lanzó al mercado cerveza de ese tipo.

Por aquella época la competencia con la cerveza importada era bien difícil, pero a pesar de ello, las cervecerías establecidas lograron subsistir a base de grandes esfuerzos.

En la Ciudad de Monterrey, capital del Estado de Nuevo León, se fundó la Cervecería Cuauhtémoc, S. A., cuatro años más tarde Henry Manthey, William Hasse, C. von Alten y Adolph Burhardt -

establecieron la Cervecería Moctezuma, en Orizaba, Veracruz.

En 1896, Juan Terrazas fundó la Compañía Cervecería de Chi huahua; en el mismo año Jacobo Schuele, el doctor Hoeffler y George Gruning, reunieron un capital para erigir la Cervecería de Sonora; un año después se fundaba otra Cervecería en Guadalajara.

Jacobo Schuele después de vender sus acciones de la Cervecería de Sonora, organizó en 1900 una Cfa. en Mazatlán, Sinaloa -actualmente Cervecería del Pacífico, S. A. - ese mismo año también se estableció la Cervecería Yucateca, S. A. en la ciudad de Mérida.

Hacia 1925 empezó a funcionar la importantísima Cervecería Modelo, S. A., en la capital de la República.

CERVECERIAS DEL PAIS QUE ACTUALMENTE ESTAN LABORANDO

CERVECERIA CRUZ BLANCA, S. A.
Ave. Reforma No. 1774,
Ciudad Juárez, Chih.

CERVECERIA CUAUHTEMOC, S. A.
Fábrica en Culiacán,
Km. 1430 Carret. Méx. Nogales,
(Apartado Postal 244)
Culiacán, Sin.

CERVECERIA CUAUHTEMOC, S. A.
Fábrica en Guadalajara,
Ave. Vallarta No. 3539,
(Apartado Postal 5-341).
Guadalajara, Jal.

CERVECERIA CUAUHTEMOC, S. A.
Fábrica en México,
Ciprés No. 280,
(Apartado Postal 2015).
México 4, D. F.

CERVECERIA CUAUHTEMOC, S. A.
Ave. Universidad 2202 Norte,
(Apartado Postal 106).
Monterrey, N. L.

CERVECERIA CUAUHTEMOC, S. A.
Fábrica en Nogales,
Ocampo y Ferrocarril,
Nogales, Ver.

Gerencia Ejecutiva de
Mercadeo Sur,
CERVECERIA CUAUHEMOC, S. A.
Fábrica en México,
Ciprés 280,
(Apartado Postal 2015),
México 4, D. F.

CERVECERIA CUAUHEMOC, S. A.
Fábrica en Tecate,
Calle Ferrocarril s/n,
Domicilio Conocido,
(Apartado Postal 8).
Tecate, B. C.

CERVECERIA CUAUHEMOC, S. A.
Fábrica en Toluca,
Km. 59.5 Carret. Méx. Toluca,
(Apartado Postal 187)
Toluca, Edo. de México.

CERVECERIA MOCTEZUMA, S. A.
Sur 10 y Oriente 8,
Orizaba, Ver.
Paseo de la Reforma 144, 4o. Piso
(Apartado Postal 1713),
México 6, D. F. ,

CERVECERIA MOCTEZUMA, S. A.
Planta en Guadalajara,
Calzada Lázaro Cárdenas No. 975
Zona Industrial,
(Apartado Postal A-2004),
Guadalajara, Jal.

CERVECERIA MOCTEZUMA, S. A.
Planta en Monterrey,
Ave. Colón y Edison,
(Apartado Postal 223),
Monterrey, N. L.

CERVECERIA MODELO, S. A.
Lago Alberto 156,
(Apartado Postal 19 Bis),
México 17, D.F.

CERVECERIA MODELO DE GUADALAJARA,
S. A.
Calzada Mariano Otero 663,
(Apartado Postal 33-95),
Guadalajara, Jal.

CERVECERIA MODELO DEL NOROESTE,
S. A.
Carretera Federal No. 15
Km. 1849, Zona Industrial 2,
(Apartado Postal 306),
Ciudad Obregón, Son.

CERVECERIA MODELO DE TORREON, S. A.
Ave. Ocampo Oriente 3869
Esq. Calle 40,
(Apartado Postal 724),
Torreón, Coah.

CERVECERIA DEL PACIFICO, S. A.
Melchor Ocampo y G. Evers.
(Apartado Postal 42),
Apartado P. ,
Mazatlán, Sin.

CERVECERIA YUCATECA, S. A.
Calle 14 No. 70,
Colonia Chuminópolis,
(Apartado Postal 84),
Mérida, Yuc.

2. LA CERVEZA. EL PROCESO DE ELABORACION.

En cada una de las etapas, el proceso de elaboración de la cerveza está rigurosamente controlado, desde la adquisición de las materias primas hasta la pasteurización final; imperando la más estricta higiene en todas y cada una de las secciones, aparatos, líneas, maquinaria y personal involucrado en su elaboración, obteniendo como resultado un producto de calidad homogénea y absoluta higiene.

a) Materias Primas Básicas.

La materia prima fundamental para la elaboración de la cerveza es la cebada de malteo. Para convertirla en malta, esta cebada limpiada y seleccionada cuidadosamente, se somete a un proceso en el que se le da la humedad necesaria para que germine aproximadamente durante una semana, secándose y tostándose después que ha alcanzado el desarrollo deseado.

La temperatura a que éste último proceso se efectúa, determina posteriormente el color de la cerveza: si es baja la temperatura -hasta 80° C- el color de la malta será claro y clara también

la cerveza que se elabora utilizándola; si la temperatura es alta - hasta 200° C- la malta resultante se utilizará para fabricar cerveza oscura.

La segunda materia prima en importancia utilizada en la elaboración de la cerveza es el Lúpulo. Según la marca de cerveza, las cantidades del lúpulo que se emplean varían entre 100 y 300 gramos por 100 litros de mosto.

Esta proporción tan pequeña, sin embargo, es la que imparte a la cerveza su peculiar sabor tenuemente amargo y delicado aroma, asimismo actúa como agente clarificador, contribuyendo a la estabilización del sabor y a la retención de la espuma. Además posee un enérgico poder antiséptico.

Como complemento suelen utilizarse, además de las materias primas antes citadas, otros productos de menor importancia a los que se denomina adjuntos.

b) El Proceso de Elaboración del Mosto.

El proceso de elaboración de la cerveza empieza cribándose

la malta, donde se le separa de toda impureza, pasando después a molinos en que se le tritura, quedando transformada en una harina ténue, con algo de su propia cascarilla; posteriormente en los llamados tanques separadores se mezcla con agua a temperatura y tiempos bien definidos, con la finalidad de convertir el almidón en azúcares fermentables; filtrándose la mezcla con el objeto de separar la materia soluble, denominada MOSTO, del residuo o bagazo.

En seguida el MOSTO ingresa a las calderas de cocción en las que hierva, generalmente de dos a dos horas y media, tiempo en el que se le agrega en dos o tres pequeñas porciones el lúpulo.

El mosto amargo o lupulado se hace pasar a los tanques de mosto caliente, donde permanece por un tiempo corto en reposo, con el fin de que los sólidos que contenga se asienten, y de ahí se le envía al cuarto de enfriamiento.

Este departamento es un recinto cerrado, en el que circula aire previamente filtrado y esterilizado y en el que se encuentra los aparatos enfriadores; se hace descender la temperatura del mosto de 70° C a 6° C, lográndose la aereación necesaria para que una

célula pequeñísima, de forma ovalada o casi redonda, cuyo tamaño varía entre seis y diez milésimas de milímetro --la levadura de -
cerveza-- , actúe en forma normal en el siguiente proceso.

c) Transformación del Mosto en Cerveza.

Este es el de la fermentación, proceso en el cual por la ac- -
ción de la levadura, los azúcares del mosto se transforman en al- -
cohol y gas carbónico; terminada la fermentación --que generalmen-
te dura de siete a doce días-- se lleva la cerveza a los tanques de
maduración donde permanece en absoluto reposo por un período de
seis semanas a tres meses, hasta que adquiera su transparencia pe-
culiar.

d) El Envasado.

En seguida se le sujeta a un nuevo proceso de filtración, con
lo cual queda lista para ser envasada, ya sea en botellas, barriles
o latas.

A continuación y como fase última la cerveza se pasteuriza, -
éste proceso se efectúa sometiendo al producto a una temperatura

de 62° C, durante veinte minutos aproximadamente, para así eliminar totalmente las bacterias que pudieran haber entrado y suprimiendo a la vez cualquier posible alteración microbiana.

Posteriormente la cerveza es llevada a los almacenes y en su oportunidad transportada a los centros de consumo.

MARCAS QUE ELABORAN ACTUALMENTE LAS FABRICAS CERVEZAS DEL PAIS.

<u>MARCAS</u>	<u>TIPO DE ENVASE</u>
TECATE	Botella, Lata y Barril.
CARTA BLANCA.	Botella y Barril.
HIGH LIFE.	Botella y Barril.
KLOSTER.	Botella y Barril.
COLOSAL OSCURA	Botella.
COLOSAL CLARA	Botella.
MONTERREY.	Botella.
BOHEMIA.	Botella.
BRISA.	Botella.
INDIO.	Botella.
NEGRA.	Barril.
NOCHE BUENA.	Botella.
SOL CLARA.	Botella.
SUPERIOR.	Botella.
BAVARIA.	Botella.
SOL.	Botella.
XX.	Botella.

<u>MARCAS</u>	<u>TIPO DE ENVASE</u>
MOCTEZUMA OSCURA.	Barril.
MOCTEZUMA CLARA.	Barril.
XXX OSCURA	Lata.
XXX CLARA.	Lata.
PACIFICO.	Botella y Barril.
CORONA.	Botella y Barril.
ESTRELLA CLARA.	Botella.
NEGRA MODELO.	Botella.
VICTORIA.	Botella.
NEGRA.	Barril
MODELO ESPECIAL.	Lata.
CRUZ BLANCA	Botella, Lata y Barril.
CHIHUAHUA.	Botella.
LISTON AZUL.	Lata.
CARTA CLARA.	Botella y Barril.
LEON NEGRA.	Botella y Barril.
MONTEJO.	Botella y Barril.

3. DISTRIBUCION DE LA CERVEZA.

Actualmente la distribución de la cerveza en Territorio Nacional se efectúa a través de 850 Distribuidores, considerando a - Concesionarios y Agencias Directas, las cuales están ubicadas estratégicamente llevando el producto hasta los lugares más recónditos del país.

La distribución de la cerveza se realiza bajo lineamientos bien definidos, mismos que están asentados en un documento denominado "CONTRATO DE COMPRAVENTA PARA LA DISTRIBUCION DE CERVEZA" que celebran por una parte el fabricante y por la otra una Distribuidora.

En forma somera a continuación se mencionan algunos de los citados lineamientos:

a) CIRCUNSCRIPCION TERRITORIAL.

El fabricante de cerveza asigna a la distribuidora una zona bien delimitada para repartir el producto, quedando expresamente convenido no vender ni proponer en venta directa o indirectamente la cerveza, fuera del territorio designado.

Asimismo la distribuidora podrá organizar o dividir libremente su zona, instalando agencias o subagencias con sus respectivas rutas o zonas, con la finalidad de establecer una mejor cobertura del mercado.

b) COMPRAS.

La Distribuidora se obliga a comprar a la fábrica y en forma

exclusiva las cervezas, que elabora ésta última, en cantidad suficiente para poder satisfacer la demanda del mercado en la zona - previamente designada.

Queda estrictamente prohibido realizar operaciones comerciales con otra u otras fábricas de cerveza, ni con distintas marcas - de este producto.

La entrega de la cerveza la efectúa el fabricante en las bodegas de su propiedad, siendo por cuenta de la distribuidora los gastos originados por los fletes de la cerveza cargada en fábrica hasta su propio domicilio.

c) VENTAS.

La distribuidora se obliga a vender los productos adquiridos exclusivamente en la zona fijada, ajustándose a la política de ventas del fabricante.

También debe realizar las promociones, gastos de publicidad y propaganda, y en su caso a contribuir en aquellos otros que se - consideren de carácter general en todo el país y, que en una u otra

forma sirven de estímulo para impulsar las ventas.

Además debe aplicar todos sus conocimientos y pericia a fin de obtener el mayor éxito en las operaciones, debiendo conceder, - las bonificaciones en especie, descuentos y rebajas que la distribuidora considere pertinentes.

d) **PRECIOS.**

Los precios de la cerveza que la distribuidora se obliga a adquirir del fabricante para su reventa, son fijados única y exclusivamente por este último.

Queda expresamente prohibido a la distribuidora modificar, - alterar o realizar la mercancía a precios mayores de los estipulados.

El fabricante puede modificar en cualquier momento los precios, para lo cual bastará que lo comunique directamente a la distribuidora, o a su representante.

CAPITULO II

DESCRIPCION Y ESTRUCTURA GENERAL DE UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA.

DESCRIPCION Y ESTRUCTURA GENERAL DE UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA.

1. NATURALEZA JURIDICA.

Una Distribuidora de Cerveza se constituye de conformidad con la Ley General de Sociedades Mercantiles, usualmente con la personalidad de una Sociedad Anónima, registrada debidamente y en su oportunidad en el Registro Público de la Propiedad, Sección Comercio; manifestándose asimismo como una entidad con elementos propios e independiente del fabricante al cuál distribuye sus productos.

La sociedad se constituye ante un Notario Público, dándole forma legal mediante un documento denominado "Escritura Constitutiva",

en donde los socios establecen la obligación de conjugar recursos y esfuerzos , para la consecución del objeto de la sociedad que es: "Compra-Venta de cerveza, su representación y distribución".

Al momento de su creación la sociedad adquiere personalidad jurídica independiente a la de los socios, cuya obligación se limita al monto de sus aportaciones.

La Escritura Constitutiva de la sociedad contiene en sus cláusulas, disposiciones referentes a: la denominación, objeto, duración y domicilio de la sociedad; al capital social y a las acciones.

A la administración y dirección de la sociedad, a la vigilancia; de la asamblea de accionistas, al ejercicio social y a las utilidades o pérdidas, a la disolución y liquidación de la sociedad, etc.

La denominación social de una Distribuidora de Cerveza se compone generalmente del nombre de la fábrica de cerveza cuyas marcas distribuye, así como la circunscripción territorial asignada de antemano por el fabricante.

2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.

a) Generalidades.

El Comercio es en nuestro país el sector que marcha al mismo tiempo que la actividad económica en general, modernizándose día a día a fin de cumplir con las necesidades de nuestro desarrollo económico social.

La responsabilidad de una empresa ante la sociedad, es proporcionar al público consumidor satisfactores, ya sea bienes o servicios, siendo éstos la razón para el logro de sus objetivos.

Una Distribuidora de Cerveza al conjugar recursos y elementos, tanto humanos como materiales en combinación con una eficiente administración, así como el establecimiento adecuado de políticas, objetivos y metas, busca de manera decisiva una participación más activa en el mercado.

b) Métodos de Distribución.

Para la distribución de sus productos y hacerlos llegar al público consumidor la Distribuidora lo efectúa de los modos siguientes:

tes:

- 1) **Distribución Directa.**
- 2) **Distribución Indirecta.**

1) **Distribución Directa.** Es aquella en la que no existe - intermediario alguno para que el producto llegue al consumidor, - representado por el servicio constante a los hogares, así cómo a celebraciones familiares de ocasión.

2) **Distribución Indirecta.** Distribución que tiene como ca racterfstica fundamental la intervención de un intermediario vende dor en su comercialización. En los mercados de consumo suele - ser un comerciante al menudeo o detallista.

Esta modalidad es de suma importancia, ya que a través de la misma la empresa capta un alto porcentaje sobre el total de uni dades vendidas.

La Distribución Indirecta se constituye por el servicio a - clientes diversos como son:

Misceláneas.

Abarrotes.

Cervecerías.

Cantinas.

Fondas.

Restaurantes.

Auto Servicios.

Eventos especiales (balles, ferias).

Otros.

Existe otra clasificación inherente a la distribución de cerveza, vinculada con las anteriormente descritas, y que se refiere a la circunscripción territorial así como al producto y es:

1) **Distribución Horizontal.**

2) **Distribución Vertical.**

1) **Distribución Horizontal.**

Este tipo de distribución está basada en la división o zonificación adecuada del territorio de la Distribuidora, para lograr una **eficiente cobertura del mismo y propiciando un mejor servicio y atención para todos y cada uno de los clientes.**

2) Distribución Vertical.

Esta distribución tiene como objetivo el desplazamiento de los volúmenes necesarios atendiendo las diversas marcas, tamaños y presentaciones; para ello las ventas se pueden efectuar al contado, o a crédito (con un inventario básico de las marcas con menor desplazamiento), según las políticas de la empresa y fijando un consumo promedio por cliente.

c) Servicio a Clientes.

Para el logro de una eficiente participación en el mercado a través de un buen servicio y atención a los clientes, la Distribuidora clasifica a los mismos, en base a su capacidad de compra o rotación del producto. Esta clasificación está compuesta por cuatro grupos y son los siguientes:

- 1) Prospecto Potencial.
- 2) Prospecto Menor.
- 3) Prospecto Mediano.
- 4) Prospecto Mayor.

1) **Prospecto Potencial.**

Son aquellos clientes que por una u otra circunstancia no adquieren el producto, se considera asimismo en éste núcleo a clientes de nueva aparición en el mercado.

Es de vital importancia la detección de todos y cada uno de los prospectos que componen este grupo, para que a través de una buena labor de ventas sean futuros compradores.

2) **Prospecto Menor.**

Son aquellos clientes que tienen una rotación de producto en promedio, de hasta diez cartones semanales de cerveza, ya sea en sus diferentes marcas, tamaños y presentaciones.

3) **Prospecto Mediano.**

Este grupo está compuesto por clientes que tienen una capacidad de desplazamiento de producto en promedio de once a veinticinco cartones de cerveza semanalmente en sus diferentes marcas, tamaños y presentaciones.

4) Prospecto Mayor.

Este prospecto tiene características especiales, ya que su volumen de operaciones, permite el desplazamiento promedio semanal de veintiséis a cien cartones.

Vinculado estrechamente con la clasificación anterior, existe otra división de significativa importancia, y es la de aquellos clientes que tienen características peculiares, a saber:

- 1) Clientes Especiales.
- 2) Clientes Clave.
- 3) Clientes Exclusivos.

1) Clientes Especiales.

Son aquellos clientes que por su volumen de ventas, requieren de atención especial (ejem: tiendas de Auto Servicio), y se operan directamente desde la oficina, para no afectar los límites de crédito establecidos a repartidores y depósitos.

2) Clientes Clave.

Son aquellas personalidades que por alguna razón tienen in-

fluencia en grupos específicos, la debida atención de los mismos - origina una buena imagen para la empresa, y por consecuencia la - obtención de mayores ventas.

3) Clientes Exclusivos.

La posición privilegiada en el mercado de algún cliente en particular, propicia una atención esmerada, así como facilidades o - prestaciones accesorias, y que tienen como consecuencia que el - cliente expenda única y exclusivamente productos de la Distribuidora.

d) Recursos y Elementos.

Para llevar a cabo las actividades una Distribuidora de Cerveza utiliza recursos y elementos variados tales como:

1) Depósitos.

La ubicación de los depósitos deben distribuirse estratégicamente para una distribución más eficaz y con el objeto de tener el mayor acercamiento geográfico con los clientes, para proporcionar un buen servicio.

2) Unidades de Reparto.

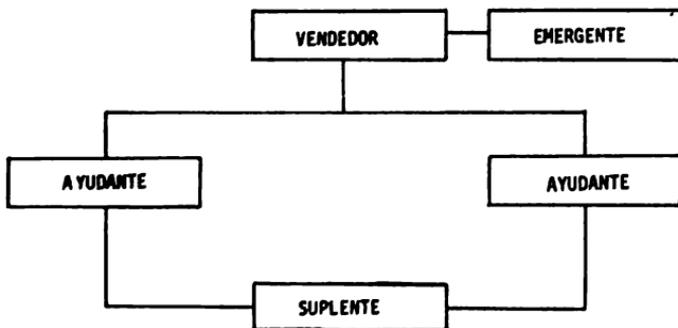
Para cubrir las diferentes rutas en su totalidad y cumplir con los objetivos de distribución en todo el territorio asignado, es necesario la utilización de equipo de transporte apropiado.

Una ruta es un área de distribución con territorio determinado y que es visitada y atendida por una tripulación específica, para poder satisfacer mejor la demanda de los clientes.

La ruta tiene como elementos: Carta de Ruta (descripción de la ruta), y el Plano de la Zona (especificación de límites).

En lo que concierne al elemento humano, las rutas de distribución, están estructuradas como se expone a continuación:

ORGANIGRAMA DE RUTA



El establecimiento en un momento dado de una ruta, implica en un principio la búsqueda del Punto de Equilibrio (volumen de ventas cuyo ingreso equivale al total de los costos y gastos en que se incurre para lograr dicho ingreso); tomando como referencia el punto anterior las rutas se clasifican en:

- A) Ruta bajo el Punto de Equilibrio.
- B) Ruta Estable.
- C) Ruta de Crecimiento.

Conforme a la frecuencia de visita, en la zona local los clientes deben ser visitados diariamente, y en la zona foránea terciada, o bissemanal, clasificándose las rutas en:

- A) Ruta Local.
- B) Ruta Foránea.

3) Refrigeración.

Con objeto de proporcionar un eficiente servicio de refrigeración, debe contarse con suficientes refrigeradores para otorgarlos a todos aquellos clientes que lo ameriten y cambiar unidades en mal

estado en su oportunidad.

En los puntos más estratégicos de las zonas se facilitarán en Comodato refrigeradores eléctricos, con objeto de ofrecer una buena Imágen del producto y mejorar el servicio, así como reducir el consumo de hielo.

4) Hielo.

Las dotaciones de hielo para los clientes se deben proporcionar de acuerdo a la rotación del producto o consumo que cada cliente efectúe.

5) Material y Equipo Publicitario.

La Distribuidora para impulsar las ventas debe contar con un inventario básico de materiales tales como: cartulinas y anuncios de Imágen, así como carteleras y anuncios espectaculares; para que a través del personal de ventas sean colocados en los establecimientos adecuados, también debe tenerse un inventario básico de material publicitario de uso como charolas, vasos, cubiletes, dominós, servilletas, sillas y mesas.

3. ESTRUCTURA ORGANICA.

El constante crecimiento, magnitud y alcance de las empresas en la actualidad, hacen que la administración de las mismas sea compleja, en la mayoría de los casos los funcionarios ejecutivos no pueden atender o ejercer la supervisión personal sobre el modo de conducir las operaciones.

Dadas estas circunstancias es menester el establecimiento de una estructura orgánica adecuada, formulando la gráfica de organización correspondiente como base de un buen Control Interno, ya que normará las relaciones entre los diferentes departamentos y personal de la empresa, mediante la especificación de las actividades, responsabilidades y autoridad inherente a quienes ocupan esas posiciones.

Si no se define claramente este aspecto podrán quedar algunas funciones sin la debida atención y por consecuencia será difícil establecer responsabilidades en un momento dado.

a) Organigrama General Estructural.

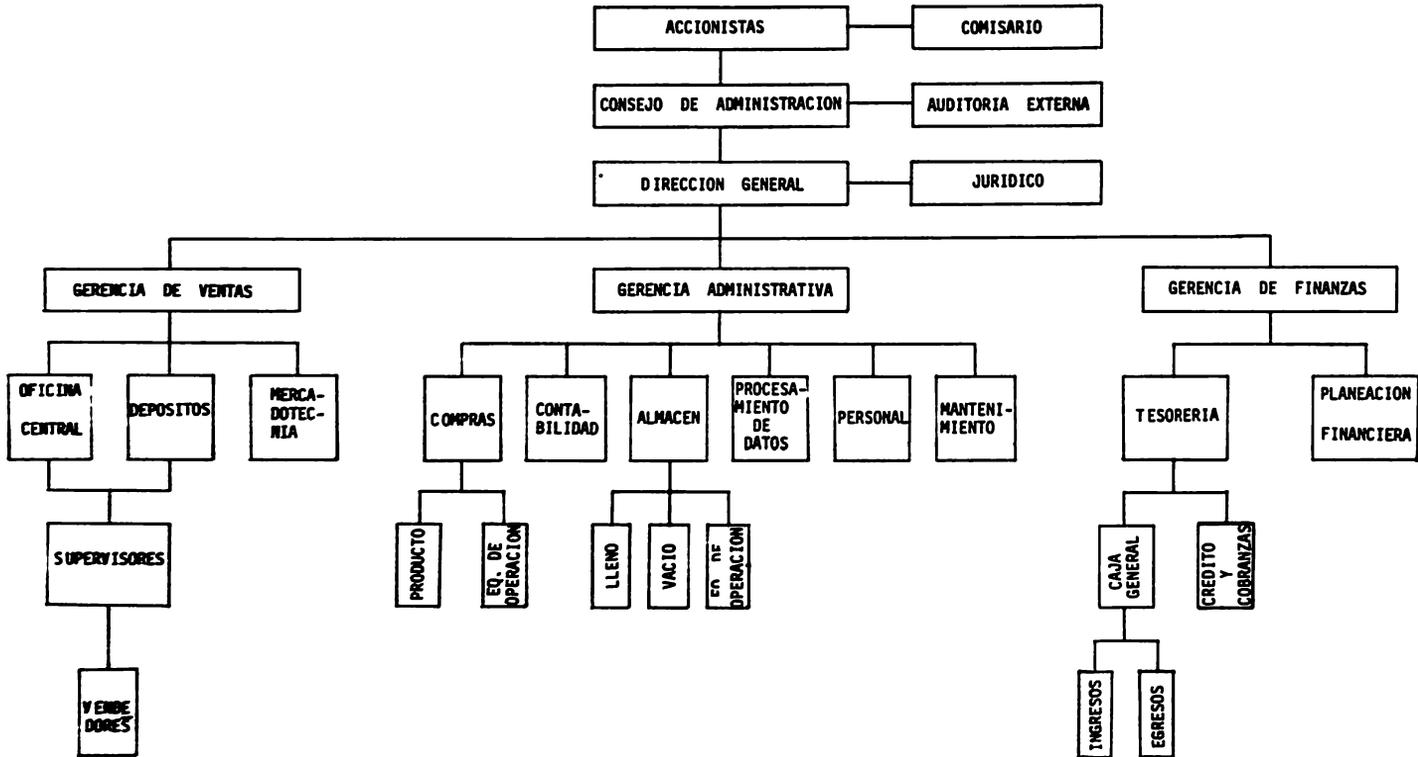
La organización estructural de una Distribuidora de Cerveza

varfa de acuerdo al tamaño, recursos, volúmen de operaciones, número de subagencias o depósitos, así como otros factores que son peculiares a determinada Distribuidora en particular.

A continuación se presenta el Organigrama General Estructural de una Distribuidora de Cerveza, así como la descripción de funciones y responsabilidades.

ORGANIGRAMA GENERAL ESTRUCTURAL DE UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA

(GRAFICA DE ORGANIZACION)



b) Descripción de Funciones y Responsabilidades.

1) DIRECCION GENERAL. Director General.

Funciones y Responsabilidades.

1) Es responsable de la eficiente administración de la Distribuidora. Se auxilia para ello de los elementos administrativos, a saber: planeación, organización, dirección y control; para un buen funcionamiento de la empresa.

2) Celebra todos los actos jurídicos de dominio y de administración necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, ajustándose a los lineamientos que le fije el propio Consejo de Administración.

3) Representa a la empresa como mandatario general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales; pudiendo substituir y delegar este mandato en un apoderado.

4) Formula las disposiciones necesarias para el eficiente desarrollo de las actividades propias de la empresa.

5) Establece, coordina y supervisa el conjunto de medidas (planes, políticas y objetivos), para el mejor funcionamiento de la empresa.

6) Extiende los nombramientos de los principales ejecutivos de la empresa.

7) Realiza las demás funciones que requiera para el mejor ejercicio de las citadas facultades, y de las que le encomiende expresamente el Consejo de Administración.

1a) DEPARTAMENTO JURIDICO-CONSULTIVO.

Cabe mencionar que no es indispensable un Departamento Jurídico - Consultivo, sino solamente una Asesoría Legal por medio de iguales, las cuáles podrán convenirse a base de cantidades fijas, o de un porcentaje en función de los cobros que realicen; u honorarios en atención a los problemas específicos que se trate, como es la formulación de contratos de arrendamiento, contratos colectivos e individuales de trabajo etc.

A continuación se cita las Funciones y Responsabilidades de un Departamento Jurídico-Consultivo.

1) Asume la defensa de los intereses de la Distribuidora, y proporciona el asesoramiento legal correspondiente.

2) Interviene en los juicios civiles, mercantiles o laborales en que participe la empresa, como parte actora o demandada, cuidando de los mismos hasta su finiquito.

3) Consigna ante las autoridades correspondientes la comisión de hechos delictuosos que se cometan en perjuicio del patrimonio de la distribuidora.

4) Interviene en las controversias, diligencias o procedimientos que en alguna forma afecten los intereses de la empresa.

5) Examina los contratos, convenios, permisos o autorizaciones que la distribuidora trate con diversas entidades.

6) Examina la documentación relacionada a la adquisición de terrenos, equipo de transporte, maquinaria y equipo y otros bienes de importancia adquiridos por la empresa.

7) Colabora con los demás departamentos de la distribuidora indicando el trámite legal a seguir, en los problemas que se les presente dentro de la esfera de competencia de cada uno.

II) GERENCIA DE VENTAS. Gerente de Ventas.

Funciones y Responsabilidades.

Responsabilidad. Es responsable ante la Dirección General del eficiente desarrollo de las ventas. Para ello planea, organiza, dirige y controla, las actividades del personal a su cargo.

Comunicación. Establece canales de comunicación adecuados para la obtención de información útil y oportuna, asimismo para que los objetivos, políticas y normas sean siempre conocidos a tiempo y debidamente interpretados.

Mercado. Debe conocer el mercado, sus problemas y necesidades, para llevar a cabo lo anterior deberá:

- 1) Realizar estudios económicos en general.
- 2) Identificación del Mercado Actual.
- 3) Identificación del Mercado Potencial.
- 4) Determinar una zonificación propicia del mercado para lograr una distribución eficiente, asignando si es necesario, el establecimiento de depósitos, rutas etc.

Ventas y Distribución.

1) Formula y revisa continuamente el Presupuesto de Ventas (a corto y largo plazo), identificando las posibles desviaciones para que tengan inmediata solución.

2) Formula y revisa periódicamente las políticas, planes y estrategias a seguir, para impulsar y desarrollar en forma adecuada las ventas.

3) Define y dirige los proyectos de Publicidad y Propaganda idóneos para el crecimiento de las ventas.

4) Formula, establece y examina periódicamente métodos de distribución, para la ágil y oportuna cobertura de la circunscripción territorial.

5) Establece y revisa continuamente las cuotas de ventas asignadas a las zonas, vigilando el cumplimiento de las mismas.

6) Deberá obtener información para conocer a tiempo la celebración de eventos especiales (ferias, bailes etc.), para partici-

par activamente.

7) Vigila y evalúa constantemente las actividades de venta, - distribución y publicidad de la competencia, definiendo las acciones correctoras para reducir su campo de acción.

Personal de Ventas.

Participa directamente en la selección, adiestramiento, desarrollo y supervisión del personal de ventas, vigilando que los sistemas de remuneración logren estimular de la mejor manera posible al personal a prestar su plena colaboración.

Relaciones Públicas.

1) Mantener contacto con diversas autoridades.

2) Relaciones con los clientes.

Mantiene estrecho contacto con clientes especiales, o sea aquellos que se hagan acreedores a un trato preferente, creando una imagen positiva hacia la empresa.

**3) Participa en actividades de la comunidad que considere ne
cesarias para aumentar el prestigio de la empresa.**

Ila) SUPERVISOR.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) **Responsable del eficiente desarrollo de las ventas en - las zonas que tiene a su cargo.**

- 2) **Realiza las previsiones de ventas en las zonas a su car go, formulando perfódicamente un estudio detallado sobre:**
 - a) **Mercados actuales y potenciales.**
 - b) **Pronósticos aproximados de ventas.**
 - c) **Planes de Distribución y Publicidad.**
 - d) **Porcentaje de las ventas efectuadas en sus zonas por la empresa y marcas competidoras.**

- 3) **Es responsable de la actuación de los vendedores en sus respectivas rutas o zonas en el aspecto de ventas, distribución pu- blicidad y promoción de las mismas.**

- 4) **Presenta periódicamente un reporte especificando sus - actividades durante la jornada, tales como supervisión de zonas, - clientes visitados, pasos de la competencia, estado de los créditos, etc.**

5) **Auxilia al Gerente de Ventas a fijar las cuotas de pro-**
ducto por realizarse en cada zona.

6) **Verifica y supervisa que las solicitudes de crédito ex-**
puestas por los vendedores corresponden a clientes que reúnen los
requisitos que al efecto se marcan en las polfticas correspondien-
tes.

7) **Vigila y supervisa el otorgamiento y cobro oportuno de**
los créditos.

8) **Se mantiene enterado de todas las celebraciones de even**
tos públicos tales como: ferias, fiestas, eventos deportivos etc. , -
para promover los productos de la Distribuidora y participar activa
mente en este renglón.

9) **Participa en la selección, adiestramiento, desarrollo y**
supervisión del personal subordinado.

IIb) VENDEDOR.

Funciones y Responsabilidades.

1) Es responsable de vender, introducir, promover y distribuir todas las marcas de cerveza con las que trabaja la Distribuidora, procurando elevar el volúmen de ventas y distribución de las mismas.

2) Efectuar su labor de ventas en forma correcta, lógica y adecuada a los horarios de la clientela.

3) Es su responsabilidad y pondrá especial atención en que los productos de la Distribuidora se coloquen en lugar visible dentro de los establecimientos, para su mayor impacto.

4) Mantiene la buena presentación, de su equipo, y de los productos que distribuye.

5) Vigila que cada uno de los clientes mantenga en lugares visibles la publicidad alusiva a los productos de la Distribuidora.

6) Debe apegarse estrictamente a las políticas de ventas y crédito fijados por la Distribuidora.

7) Procurará que cada cliente visitado compre cuando menos el mínimo establecido.

8) Es su responsabilidad que los créditos otorgados se hgan efectivos en la fecha de su vencimiento, evitando la morosidad de los clientes.

9) Debe cubrir las cuotas de ventas e incluso, superarlas.

10) Debe liquidar diariamente y en forma íntegra, el efectivo recaudado.

11) Vigila y supervisa el buen desempeño del personal a su cargo.

IIC) DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA.

Jefe del Departamento de Mercadotecnia.

Funciones y Responsabilidades.

1) **Auxilia a la Gerencia de Ventas en la planeación y eficiente desarrollo de las ventas.**

2) Efectúa las investigaciones de mercado e investigaciones motivacionales inherentes al producto, para ello realiza:

- a) Estudios económicos en general.
- b) Estudios e identificación del mercado actual.
- c) Estudios e identificación del mercado potencial.

3) Formula y revisa periódicamente los programas para la planeación y desarrollo de los canales de distribución.

4) Formula y revisa periódicamente los programas y presupuestos de Publicidad y Propaganda.

5) Formula y revisa periódicamente los programas y presupuestos de Promociones de Venta.

6) En su caso, vigila y supervisa el buen desempeño de las actividades del personal a su cargo.

**III) GERENCIA ADMINISTRATIVA. Gerente Administrativo.
Funciones y Responsabilidades.**

1) Responsable ante la Dirección General de la planeación, organización, integración, coordinación y supervisión de todas las actividades relativas a las áreas de: compras, contabilidad, almacen, procesamiento de datos, personal y mantenimiento.

2) Establecer, coordinar y administrar los planes adecuados para un eficiente desempeño y control de todas y cada una de las operaciones realizadas por los diferentes departamentos a su custodio.

3) Formula el conjunto de lineamientos (planes, políticas y objetivos), de las actividades a su cargo.

4) Formula y revisa la información e interpretación de los resultados de operación, y de la situación financiera.

5) Compara la actuación con los planes y estándares establecidos, así como informar e interpretar los resultados de las ac

tividades a todos los niveles del cuál es responsable.

6) La anterior función incluye la formulación de las políticas contables, el establecimiento de sistemas y procedimientos, la elaboración de informes de operación e información especial que se requiera.

7) En coordinación con otras áreas de la empresa, establece las necesidades de información, así como necesidades específicas que requiera cada área en particular, y que sean relativos a sus funciones, para determinar su solución.

8) Participa directamente en la selección, adiestramiento, desarrollo y supervisión, del personal a su cargo, para lograr de éstos una eficiente colaboración.

IIIa) DEPARTAMENTO DE COMPRAS.

Jefe del Departamento de Compras.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) **Organiza y dirige las actividades del departamento.**
- 2) **Analiza, selecciona y prepara los informes que deben ser sometidos a la consideración del Gerente Administrativo.**
- 3) **Elabora y presenta para su aprobación o modificación - al Gerente Administrativo, los procedimientos, formas o instructivos necesarios para un adecuado aprovisionamiento.**
- 4) **Atiende a las diversas áreas de la Distribuidora que requieran de sus servicios, y en coordinación con los mismos su - asignación correspondiente.**
- 5) **Mantiene contacto con el proveedor exclusivo (fabricante de cerveza), respecto al o los productos que deben adquirirse para su venta y distribución,**
- 6) **Trata directamente con los distintos proveedores res-**

pecto a los bienes (equipo de operación) o servicios (ejem: distribución de hielo), que deban adquirirse, designando al proveedor a quién debe fincarse el pedido, previo estudio del cuadro comparativo de cotizaciones, calidad y tiempo de entrega al respecto elaborado.

7) Vigila y supervisa el desempeño adecuado del personal a su cargo.

IIIa) DEPARTAMENTO DE COMPRAS.

1) Compras Producto.

Encargado de Compras del Producto.

Funciones y Responsabilidades.

1) Revisa todas las requisiciones turnadas a la oficina, - por el almacén, respecto a la adquisición de cerveza en sus distintos tamaños, marcas y presentaciones, así como la adquisición de envases en sus diferentes presentaciones y tamaños.

2) Con base a las requisiciones formula y revisa los pedidos de conformidad con el cuadro de cotizaciones, así como las -

condiciones previamente convenidas entre el fabricante y la distribuidora.

3) Somete los pedidos a firma de las personas autorizadas, y posteriormente efectúa el trámite correspondiente para colocarlos.

4) Supervisa y agiliza los pedidos que no hayan sido surtidos en su oportunidad.

5) En combinación con el almacén, cuida de la transportación, recepción, almacenaje, administración y destino del producto.

6) Conjuntamente con el almacén, coordina y controla en su caso los abastecimientos a los depósitos, así como el movimiento de los mismos.

IIIa) DEPARTAMENTO DE COMPRAS.

2) Compras Equipo de Operación

Encargado de Compras de Equipo de Operación.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) **Revisa todas las requisiciones turnadas a la oficina por el almacén, respecto a la adquisición o aprovisionamiento de Equipo de Operación (ejem: unidades de transporte, equipo de publicidad y propaganda, refacciones, papelería, etc.)**

- 2) **Revisa todas las requisiciones turnadas a la oficina por los distintos departamentos de la empresa, respecto al aprovisionamiento o adquisición de bienes o servicios adicionales.**

- 3) **Solicita las cotizaciones correspondientes a los proveedores debiendo obtener ventajas en calidad, costos y tiempos de entrega.**

- 4) **Investiga nuevas fuentes de abastecimiento, formulando el incremento de proveedores de la empresa.**

- 5) **Tramita ajustes en precios, rechazo y reposición de bienes o servicios.**

- 6) **Con base a las requisiciones, formula y revisa los pedidos para que sean sometidos a autorización y a firma correspon-**

diente, para que después sean colocados.

7) Supervisa y agiliza los pedidos que no hayan sido surtidos en los plazos establecidos.

IIb) DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.

Contador General.

Funciones y Responsabilidades.

1) Debe aplicar los principios de contabilidad generalmente aceptados para instalar y mantener en operación un Sistema de Contabilidad que permita la medición exacta y periódica de la situación financiera de la Distribuidora, y la redituabilidad de sus operaciones.

2) Formula, establece y revisa periódicamente el Control Interno idóneo para las operaciones financieras que realiza la distribuidora.

3) Es responsable de la clasificación, registro, análisis e interpretación de la información referente a todas las operaciones que efectúa la empresa.

4) Formula la información financiera necesaria de manera periódica, que permita a la administración evaluar su actuación y determinar las medidas correspondientes.

5) Elabora los Estados Financieros mensuales y anuales, - indispensables para la adecuada toma de decisiones.

6) Define políticas para el adecuado registro de activos, - pasivos, y en general para todas y cada una de las transacciones - económicas de la empresa.

7) Supervisa a sus subordinados encomendados a las actividades de elaboración de pólizas, registros en libros auxiliares, básicos etc.

8) Realiza actividades y reportes especiales inherentes a sus funciones cuando éstos le sean encomendados.

IIIc) DEPARTAMENTO DE ALMACEN.

Jefe de Almacén.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) Es responsable de la recepción, almacenaje, administración, transportación y destino de los productos para su venta, así como del equipo de operación, materiales y artículos de consumo adquiridos por la distribuidora.

- 2) Coordina y controla los abastecimientos a los depósitos así como el movimiento de los mismos.

- 3) Supervisa y controla el registro del Kardex, expedientes y archivo del departamento.

- 4) Autoriza la documentación de recepción y distribución de la cerveza, bienes muebles, materiales y artículos de consumo.

- 5) Autoriza los informes descriptivos sobre movimientos, altas y bajas de los inventarios, para su entrega al departamento de contabilidad.

- 6) Mantiene los niveles de existencias autorizados para los diferentes inventarios, formulando las requisiciones correspondientes.

7) Autoriza la información y documentación necesaria para su entrega al departamento de procesamiento de datos.

8) Dirige y supervisa las actividades del personal subordinado.

IIIc) DEPARTAMENTO DE ALMACEN.

1) Almacén de Lleno.

Encargado del Almacén de LLeno.

Funciones y Responsabilidades.

1) Responsable de la recepción de la cerveza en sus distintas marcas, tamaños y presentaciones, verificando para ello las requisiciones o documentos necesarios.

2) Asigna el lugar de almacenamiento propicio para una localización adecuada y conteo eficiente de los mismos.

3) Responsable de la entrega del producto para el abastecimiento oportuno a depósitos y vendedores, así como al personal autorizado.

4) Responsable de inventariar, controlar, llevar los registros y documentación inherentes a las entradas y salidas de mercancía.

5) Formula de manera periódica información descriptiva de la existencia, entrada y salida del producto.

IIIc) DEPARTAMENTO DE ALMACEN.

2) Almacén de Vacfo.

Encargado del Almacén de Vacfo.

Funciones y Responsabilidades.

1) Se responsabiliza de la recepción del envase en sus diferentes presentaciones y marcas, emitiendo para ello la documentación correspondiente.

2) Para una localización adecuada y conteo eficiente del envase, asigna el lugar de almacenamiento.

3) Coordina la salida del envase de los depósitos, así como de la oficina central, para su entrega al fabricante.

4) Responsable de inventariar, controlar y llevar los registros y documentación inherentes a las entradas y salidas de envase.

5) Periódicamente formula información descriptiva de la existencia, entrada y salida de envase.

IIIc) DEPARTAMENTO DE ALMACEN

3) Almacén de Equipo de Operación

Encargado del Almacén de Equipo y Operación

Funciones y Responsabilidades.

1) Responsable de la recepción, almacenaje, administración y destino del Equipo de Operación, el cuál está constituido por:

Equipo de Transporte.

Material y equipo de oficina.

Material y equipo de Publicidad y Propaganda.

Maquinaria y equipo diverso.

Inventario de Refacciones diversas.

2) **Trabaja conjuntamente con los distintos departamentos**

de la distribuidora, definiendo las necesidades o requerimientos correspondientes, y su eficiente abastecimiento.

3) Responsable de inventariar, controlar, llevar los registros y documentación referentes al equipo de operación a su cargo.

4) Formula de manera periódica información descriptiva de la existencia, entrada y salida del equipo de operación.

III(d) DEPARTAMENTO DE PROCESAMIENTO DE DATOS.

Jefe del Departamento Electrónico de Datos.

Funciones y Responsabilidades.

1) Responsable del adecuado procesamiento electrónico de datos, efectuando para ello el análisis de sistemas, programación, operación y desarrollo de técnicas y métodos, que permitan la obtención de información oportuna y eficiente.

2) Responsable de trabajar con el personal de las distintas áreas de la distribuidora y definir las especificaciones pertinentes de requerimientos de información.

3) Efectúa trabajos sobre pronósticos y estadística, encomendados por los diferentes departamentos de la empresa, recomienda asimismo nuevos usos para el equipo electrónico y la simplificación de la información.

4) Vigila y supervisa en su caso del buen desempeño de funciones de los subordinados.

5) Vigila y supervisa la conservación y buen uso del equipo, en particular del equipo de proceso electrónico que se encuentra bajo su responsabilidad.

6) Proporciona a la gerencia administrativa información inherente a las actividades de procesamiento (carga de trabajo, tiempo, costo etc).

7) Se mantiene informado de los avances técnicos.

8) Mantiene actualizado la documentación relativa al procesamiento de datos.

IIIe) DEPARTAMENTO DE PERSONAL.

Jefe del Departamento de Personal

Funciones y Responsabilidades.

- 1) **Responsable de la planeación, organización, dirección y control de la función de personal de la Distribuidora.**

- 2) **Conforme a los requerimientos de personal por las distintas áreas de la empresa, obtiene, selecciona y contrata los candidatos idóneos.**

- 3) **Es responsable de la capacitación y adiestramiento al personal, ya sea para el mejor desempeño en su trabajo actual, o con proyección a niveles superiores.**

- 4) **Se encarga de la administración de sueldos y salarios, efectuando para ello el análisis y valuación de puestos respectivamente.**

- 5) **Es responsable del control respecto a cambios y bajas de personal en las nóminas, manejo de ausencias y retardos, así como trámites que se siguen ante el Seguro Social.**

6) Define los trámites a seguirse para promover al personal, así como los requisitos que deben reunir.

7) En su caso, vigila y supervisa el buen desempeño de las actividades del personal a su cargo.

III f) DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO.

Jefe del Departamento de Mantenimiento.

Funciones y Responsabilidades.

1) Responsable de conservar y mantener en óptimas condiciones de funcionamiento el equipo de operación (equipo de transporte, equipo de publicidad y propaganda, maquinaria y equipo diverso).

2) Responsable de la conservación y mantenimiento de las instalaciones o bienes pertenecientes a la distribuidora, para mejorar el funcionamiento y servicio de los mismos.

3) Revisar, controlar y autorizar los trabajos que a solicitud de los diferentes departamentos se efectúe.

4) Periódicamente elabora información descriptiva de los trabajos o servicios proporcionados por el departamento.

5) Dirige y supervisa el buen desempeño de funciones del personal subordinado.

IV) GERENCIA DE FINANZAS. Gerente de Finanzas.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) **Es responsable ante la Dirección General de la eficiente administración de las finanzas. Para ello planea, organiza, dirige y controla las actividades del personal a su cargo.**

- 2) **Establece y revisa periódicamente los objetivos, políticas, programas, procedimientos y normas para la captación y adecuada aplicación de los recursos financieros de la empresa.**

- 3) **Formula y revisa periódicamente programas, estudios económicos y planes globales para los recursos financieros, a corto, mediano y largo plazo.**

- 4) **Coordina y revisa la formulación de los presupuestos de ingresos, gastos de capital (Inversión), gastos de operación.**

- 5) **Revisa y coordina el registro, vigilancia y el control de la correcta aplicación de los presupuestos.**

- 6) **Controla la función de tesorería de la empresa, para**

recepción, custodia, desembolsos de dinero y valores, y el registro de los mismos.

7) Dirige y establece políticas de crédito y cobranzas, in versiones y coberturas mediante seguros.

8) Participa directamente en la selección, adiestramiento, desarrollo y supervisión del personal a su cargo.

IVa) TESORERIA.

Tesorero.

Funciones y Responsabilidades.

1) Selecciona los medios o fuentes adecuadas de aprovisionamiento de capital que requiera la distribuidora.

2) Dirige y supervisa las funciones de la caja general, así como los estudios relativos al otorgamiento de crédito y cobranza, coordinándose con la gerencia de ventas para tal efecto.

3) En combinación con la Gerencia de Ventas coordina el

control de las cobranzas.

4) **Coordina la autorización, revisión y ejecución de los pagos.**

5) **Verifica y coordina la adquisición y custodia de los bienes de la distribuidora.**

6) **Maneja y controla todas las pólizas de seguros y fianzas de la empresa.**

7) **Analiza, selecciona y prepara los informes que deben ser sometidos a la consideración del Gerente de Finanzas.**

8) **Coordina, vigila y supervisa el buen desempeño de las actividades del personal a su cargo.**

IV a) TESORERIA.

1) Caja General.

Cajero General

Funciones y Responsabilidades.

- 1) Efectúa la liquidación de ventas a los repartidores, re cibiendo el efectivo correspondiente, supervisando los reportes de crédito y cobranza de los mismos.
- 2) Recibe efectivo por ventas de mostrador.
- 3) Respecto del efectivo recibido, prepara las fichas para tramitar su depósito, asimismo es responsable del manejo y con-- trol de las cuentas bancarias.
- 4) Atiende el pago de facturas del proveedor (fabricante - de cerveza), y otros documentos por pagar.
- 5) Supervisa el pago de nóminas de sueldos y otros gastos.
- 6) Efectúa el pago de nómina confidencial .
- 7) Tiene a su cargo un fondo de caja para realizar pagos - de vales, gastos pequeños etc.
- 8) Selecciona y formula la información de los movimientos

habidos, para su envío al Tesorero y a los departamentos correspondientes.

IVa) TESORERIA.

2) Crédito y Cobranzas

Encargado de Crédito y Cobranzas.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) Responsable de la coordinación y control de créditos y cobranza efectuados por los vendedores.**

- 2) Realiza periódicamente análisis por antigüedad de saldos respecto de créditos otorgados y no cubiertos a la fecha.**

- 3) Formula periódicamente información de los créditos y la cobranza efectuada por los mismos vendedores.**

- 4) Auxilia en la formulación de solicitudes de referencias, y en la revisión de expedientes de crédito.**

- 5) Atiende reclamaciones sobre cobranzas de la clientela y formula los reportes necesarios para darle curso legal.**

IVb) DEPARTAMENTO DE PLANEACION FINANCIERA.

Jefe del Departamento de Planeación Financiera.

Funciones y Responsabilidades.

- 1) **En coordinación con los objetivos generales de la empresa, efectúa los trabajos de planeación financiera a corto, mediano y largo plazo.**
- 2) **Participa en la elaboración de los diferentes presupuestos para las diversas áreas de la distribuidora.**
- 3) **Cuida de la aplicación eficiente de las políticas emanadas de la planeación financiera, así como de los presupuestos.**
- 4) **Analiza las desviaciones a los objetivos que arrojen los estados definitivos, y comentarlos con los responsables.**
- 5) **Hace las recomendaciones necesarias, basados en el análisis de los estados financieros, proyectados contra los resultados de operación.**

6) Analiza, selecciona y prepara los informes que deben ser sometidos a consideración del Gerente de Finanzas.

7) En su caso, vigila y supervisa el desempeño adecuado del personal a su cargo.

CAPITULO III

EL CONTROL INTERNO.

EL CONTROL INTERNO.

1. CONCEPTO.

El auge económico e industrial iniciado a fines del siglo pasado ha permitido en la actualidad el desarrollo de grandes empresas. Dicho desarrollo se ha logrado gracias a la buena organización y -- administración de esas empresas derivándose de ello, en consecuencia resultados positivos para sus socios o accionistas, los cuales -- dieron la importancia necesaria a una buena administración, así como al control estricto de las operaciones.

Anteriormente las personas que administraban negocios no tenían ninguna necesidad de que se ejerciera una labor de supervisión de los trabajos realizados.

Actualmente, es de vital importancia la necesidad de que los administradores cuenten con información fehaciente, oportuna y completa acerca de las operaciones que efectúan, ya que pueden darse cuenta de errores producidos por la falta de planeación, organización, así como de una debida administración, dirección y control.

El actual desarrollo de los negocios es la consecuencia de una buena administración. Para alcanzar tal desarrollo y competir con éxito en el mercado, se requieren medios apropiados, de carácter administrativo.

El control, las relaciones humanas, la planeación, la mercadotecnia, así como la colaboración entre la dirección y el personal a fin de lograr los objetivos deseados.

Para poder establecer un sistema de control interno que resulte eficiente es necesario que, al implantársele, llene todos los aspectos importantes del funcionamiento de la empresa cuidando que su costo sea proporcional al valor de la inversión que se desea controlar, porque de otro modo sería perjudicial.

El control interno en una empresa se funda en la división adecuada de las labores, de tal manera que los empleados realicen su trabajo de manera que puedan cotejarse entre sí los resultados, - evitando la duplicidad de labores.

Existen varias definiciones de Control Interno a saber:

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos lo define de la siguiente manera:

"El Control Interno comprende: el plan de organización con todos los métodos y procedimientos que en forma - coordinada se adoptan en un negocio para la protección de sus activos, la obtención de información financiera - correcta y segura, la promoción de eficiencia de operación y la adhesión a políticas prescritas por la dirección".

El Comité de Procedimientos de Auditoría del Instituto Norteamericano de Contadores Públicos establece:

"El Control Interno comprende el plan de organización y todos los métodos y medidas de coordinación adoptados para proteger los activos como son; verificar la -

exactitud y veracidad de los datos contables. Fomentar la eficiencia de las operaciones y alentar el apego a las políticas de administración prescritas en una empresa".

El C. P. Joaquín Gómez Morfín lo define:

"El Control Interno consiste en un plan coordinado entre la contabilidad, las funciones de los empleados, y los procedimientos establecidos, de tal manera que la administración de un negocio pueda depender de estos elementos para obtener una información segura, proteger adecuadamente los bienes de la empresa, así como promover la eficiencia de las operaciones y la adhesión a la política administrativa prescrita".

2. OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO.

Los principales objetivos del Control Interno son:

- a) Protección de los activos de la entidad.
- b) Obtención de información financiera correcta y segura.
- c) Promover la eficiencia de operación.
- d) Adhesión a las políticas establecidas por la Dirección.

a) Protección de los activos de la entidad.

El salvaguardar los activos de la empresa es de suma importancia. Implica tomar determinadas precauciones elementales, como son la debida custodia de los bienes, encomendándolos a personas responsables e idóneas, cuyo manejo esté debidamente garantizado, estableciendo funciones y responsabilidades y asegurando estos activos contra riesgos externos.

b) Obtención de información financiera correcta y segura.

La información que se proporcione a la administración deberá ser confiable, relevante y oportuna de las actividades económico-financieras y administrativas de la empresa, para juzgar acerca de su operación y de su situación en un momento dado.

Esta información deberá proporcionar los elementos necesarios para la adecuada toma de decisiones.

c) Promover la eficiencia de operación.

Por eficiencia de operación se entiende el aprovechamiento adecuado de los recursos humanos, materiales, así como el estudio

constante de los métodos de trabajo y de los medios para realizarlo.

En todo momento se debe tener la seguridad que las actividades que realiza la entidad, se estén efectuando con el mnimo de es fuerzo y al menor costo posible.

d) Adhesión a las políticas establecidas por la Dirección.

El Control Interno establece la necesidad de medios de comunicación entre los dirigentes y los subordinados, la actuación de to dos los elementos y partes de la empresa siempre deberán estar en caminados y sujetos a las políticas y lineamientos establecidos por la dirección, para ésto el empleado en particular y el personal en general, deben de conocer dichas reglas y objetivos que se persi - guen.

3. ELEMENTOS DEL CONTROL INTERNO.

Componen al Control Interno los siguientes elementos:

- a) Organización.
- b) Procedimientos.
- c) Personal .
- d) Supervisión.

a) Organización.

La organización identifica y determina las actividades necesarias para el logro de los objetivos, asimismo designa las operaciones que han de controlarse estableciendo los diversos departamentos, una para cada una de ellas de acuerdo con su importancia, posteriormente se efectuará la distribución del trabajo que se hará en cada departamento; y por último se designará el personal de cada uno de ellos, a cada persona se le asignarán funciones, autoridad y por consecuencia responsabilidades.

La Organización cuenta también con varios elementos y son:

1) Dirección.

Elemento que asume la responsabilidad de establecer y supervisar las políticas generales, así como la toma de decisiones.

2) Coordinación.

Es la sincronización adecuada de las partes integrantes de la empresa.

Para que trabajen en forma integral y armónica para evitar el

entorpecimiento de las funciones.

3) División de Labores.

Para que exista un buen control es necesario la división de la bores, definiendo claramente las funciones de operación, custodia y registro, evitando que una misma operación sea manejada desde su origen hasta su registro por una misma persona.

4) Asignación de Responsabilidades.

Mediante este elemento y a través de un organigrama, la organización debe tener bien definida su jerarquización, con el fin de que todos los recursos humanos identifiquen a superiores y subordinados, así como la asignación de funciones y responsabilidades.

b) Procedimientos.

Además de una organización idónea y la delegación de respon sabilidades para el logro de los objetivos es necesario llevar a la - práctica, métodos o procedimientos que ilustren la manera de rea lizar determinada actividad, de hacerlo más accesible y facilitar - su desarrollo.

Los elementos de que se auxilia son los siguientes:

1) Planeación y Sistematización.

Las operaciones deben ser planeadas adecuadamente y darse a conocer mediante una serie de instructivos.

Sobre funciones de dirección, coordinación, división de labores, mecanismos para autorizaciones, así como la fijación de responsabilidades.

2) Registros y Formas.

Se debe procurar que los procedimientos de registro de las operaciones sea eficiente, asimismo las formas que se utilicen para dicho registro deben diseñarse lo suficientemente sencilla para hacer accesible su empleo.

3) Informes.

La función de información dentro de la entidad es un elemento indispensable para su correcto desarrollo, pues esto obliga a la elaboración de Estados Financieros periódicos para la adecuada toma de decisiones.

c) Personal.

Un sistema de Control Interno debe contar con el elemento humano adecuado, es decir, personal debidamente capacitado, motivo por el cuál debe hacerse estudios y evaluaciones de requisitos tales como entrenamiento, eficiencia, moralidad y retribución con la finalidad de colocar a cada persona en el puesto ideal.

d) Supervisión.

Una vez que se planea y se implementa un sistema de Control Interno, éste debe vigilarse constantemente, para supervisar su cumplimiento, y en su oportunidad proponer medidas correctivas de acuerdo con las necesidades de la empresa.

4. VIGILANCIA DEL CONTROL INTERNO.

La revisión que se realiza mediante el sistema de Control Interno, establece en sí la vigilancia, considerándole como una imagen de la protección que la Dirección ejerce sobre el patrimonio de una negociación, tiene por objeto asegurar el funcionamiento efectivo del control instituido.

La vigilancia, considerada como una actividad de carácter permanente y de crítica constante ejercida con el fin de descubrir deficiencias existentes y de manifestar las medidas que el asunto amerite, para encausar por los medios adecuados, el control interno.

En la vigilancia que se hace a través del control interno el Contador Público es el elemento de mayor importancia por la labor analítica que realiza a través de la auditoría, realizando así un trabajo constructivo al señalar a su cliente las deficiencias del control interno y la forma de enmendarlos.

La actividad que desarrolla el Licenciado en Contaduría Pública independiente es de suma importancia, pues sus servicios garantizan el eficiente funcionamiento del sistema de control interno pues aún cuando la negociación por su magnitud haya un departamento de auditoría, siempre se requieren los servicios del auditor externo, ya que los contadores públicos son indispensables para asegurar que el mecanismo del control instalado funcione en forma eficiente.

La labor que lleva a cabo el departamento de auditoría interna en una empresa, en su campo de vigilancia, consiste en hacer -

uso de los programas preparados con antelación, establecer una -
gufa para que el trabajo resulte eficiente.

La auditoría interna es uno de los instrumentos principales -
para la vigilancia encomendada al control interno.

El Instituto Americano de Auditores Internos define a la audi-
toría interna como el "Control Administrativo que funciona midien-
do y evaluando la eficiencia de otros controles".

5. PUNTOS ESENCIALES DE CONTROL INTERNO EN UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA.

a) COMPRAS.

El departamento de compras en una Distribuidora de Cerveza
es de gran importancia, ya que del acierto en la adquisición y apro-
visionamiento del producto en sus distintas marcas, tamaños y pre-
sentaciones, depende la adecuada distribución y venta del mismo.

La función del departamento de compras está encaminada a -
suministrar oportuna y eficientemente los productos que sean nec-

sarios, al precio y condiciones pactadas con el fabricante; o sea - el departamento dá garantías de entregar, como es debido, los pro ductos que le son requeridos.

Dentro de lo que se podría llamar las principales políticas de compra, son importantes de tomar en cuenta las relativas a:

- 1) Época o Período de Venta.
- 2) Volúmenes de existencia.
- 3) Productos a ofrecer.
- 4) Planes de Promociones.
- 5) Abastecimiento a depósitos.
- 6) Almacenaje.
- 7) Transporte.
- 8) Relaciones con el fabricante.

Los sistemas de compras que se observan en una Distribuido ra de cerveza son:

- 1) Centralizado.
- 2) Directo.

1) Centralizado.

El sistema de compras de este tipo es aquel en el cual las compras se realizan por la oficina central, concentrando la recepción del producto en su bodega, para su posterior abastecimiento a los depósitos.

2) Directo.

El sistema de compras directo es aquel que con base en el requerimiento del jefe o encargado de depósito, la compra es efectuada por la oficina central, pero el envío es directo de la fábrica al depósito sin pasar al almacén general.

Los principales pasos en la operación de compra se presentan a continuación:

1) Las requisiciones son turnadas al departamento por el almacén, con base en las tarjetas o registros de control de existencias.

2) Se formulan los pedidos de conformidad con las requisicion

nes correspondientes, las cuáles deberán ser autorizadas por funcionario autorizado.

3) Al momento de recepción del producto solicitado y previa las verificaciones establecidas, el encargado del almacén formulará la nota de entrada correspondiente, para su registro, y enviar la información al departamento de compras.

4) El departamento de compras, recibirá del almacén, un - ejemplar de la documentación que ampara las compras efectuadas, y después de verificarlos formulará el "Resumen de Compras", para su envío a contabilidad.

5) El departamento de compras formulará las pólizas y registros inherentes a la operación de compras.

b) VENTAS.

Una Distribuidora de Cerveza a través de una eficaz y planificada distribución, pone al alcance de los consumidores sus productos.

La zonificación adecuada del territorio se encuentra de tal manera dispuesta, que propicia un mejor servicio y atención a todos y cada uno de los clientes. Asimismo para impulsar el desarrollo de las ventas deben usarse como complemento: publicidad, exponer en forma atractiva el producto, o sea, una exhibición adecuada que logre que se venda "por sí mismo"; promociones, descuentos, etc.

El renglón de ventas por su importancia que reviste, debe ser seccionado en las diferentes etapas que comprende, para que en cada una la implantación de procedimientos y formas adecuadas logren un eficiente control y registro, y por ende una mayor seguridad.

La variedad de políticas de venta como son: ventas a crédito, al contado, a consignación y liquidación semanal, así como el sinnúmero de clientes, compuesto casi en su totalidad por detallistas, tiene como resultado la utilización de controles diferentes.

Ya sea de una u otra manera en forma genérica, los vendedores tienen la necesidad de utilizar una tarjeta de control por cliente

te (Forma No. 1) para llevar a cabo sus operaciones.

Al momento de efectuarse una venta efectiva, y su facturación correspondiente, el vendedor utiliza un control adicional donde se detalla: nombre del cliente, especificación de la marca tamaño y presentación del producto realizado, importe de la venta, y número de factura que ampara dicha transacción, (Forma No. 2).

El control citado con anterioridad sirve también como comprobante para hacer la liquidación correspondiente, determinando saldos a cargo o favor del vendedor, y especificar oportunamente las dotaciones de cerveza para el mismo.

Los principales pasos que componen la operación de ventas, desde el momento que se efectúa hasta su registro final por el departamento de contabilidad son:

1) Formulación y verificación de las liquidaciones (ventas) por cada uno de los vendedores. (Forma No. 3).

2) Formulación del Resumen de Ingresos percibidos.

3) Formulación de análisis (marcas, tamaños y presentaciones) de la venta diaria y acumulada por vendedor (ruta).

4) Formulación de las pólizas y registros inherentes a la operación de ventas por el departamento de contabilidad.

c) INVENTARIOS.

En una Distribuidora de Cerveza, la partida más importante de su activo circulante, lo constituye sus inventarios, motivo por el cuál el control de los mismos, es relevante.

Una de las principales preocupaciones de los directivos, es la rotación de inventarios, para tener un mayor rendimiento de la inversión.

Generalmente la rotación de inventarios en una empresa de este tipo, tienen una convertibilidad más o menos rápida, esto es - no mayor de un mes.

Las existencias del producto en el almacén, pueden controlarse utilizando para ello el sistema tradicional de inventarios perpe-

tuos, por medio de registros -tarjetas individuales para cada artículo-, uno que llevará el almacenista que no consignará valores y otro que se manejará en especie y valores por el departamento de contabilidad, confrontándose los datos de ambos registros periódicamente, o utilizándose también controles peculiares para cada distribuidora en particular.

El almacén para un adecuado control se divide en:

- 1) Almacén de Lleno (Líquido).
- 2) Almacén de Vacío (Envase).

- 1) Almacén de Lleno (Líquido).

El control de las existencias de lleno, (Líquido) (Forma No. 4) implica las operaciones de recepción del producto, asignación del lugar de almacenamiento conforme a la marca, tamaño y presentación; entrega del producto para el abastecimiento a depósitos, dotación a vendedores, para venta de mostrador, control de roturas y mermas, etc. , o sea se deberá llevar cuenta del inventario inicial, de las entradas y salidas o disminuciones correspondientes.

2) Almacén de Vacfo (Envase).

Para el control de las existencias de vacfo (envase)(Forma - No. 5), es necesario el control de operaciones de recepción del envase (por venta del líquido) por parte de los vendedores, depósitos, venta de mostrador; designar el lugar de almacenaje conforme a la marca, tamaño y presentación, coordinar la salida del envase para su entrega al fabricante, controlar las roturas; de manera específica deberá llevar cuenta del inventario inicial, de las entradas, salidas y disminuciones que se hayan dado.

En lo que concierne a la toma de inventarios físicos, éstos - deberán efectuarse periódicamente, y con la mayor rapidez posible para así no trastornar las operaciones cotidianas de la empresa.

DISTRIBUIDORA DE CERVEZA S. A.

DETALLE DE VENTAS

FECHA _____

RUTA _____

VENDEDOR _____

	NOMBRE DEL CLIENTE	CERVEZA										IMPORTE	envases		NO. DE FACTURA
		MARCAS Y CUPOS											CUPO		
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
13															
14															
15															
16															
17															
18															
19															
	TOTAL														

FORMULO _____

VERIFICO _____

DISTRIBUIDORA DE CERVEZA S.A.

ALMACEN DE LLENO

CONTROL

MOVIMIENTO DEL DIA _____ DE _____ DE 198 _____

CONCEPTO	MARCAS										PRESENTACION CUPO	TOTAL BARRILES	TOTAL CAJAS LATAS	TOTAL CARTONES	TOTAL
	CUPOS														
EXISTENCIA ALMACEN															
ENTRADAS NOS.															
EXISTENCIA TOTAL															
SALIDAS															
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
13															
14															
15															
16															
SUB-TOTAL															
VENTA BODEGA															
ROTURA															
OTROS															
SUPA															
TOTAL SALIDAS															
EXISTENCIA PARA MAANA															

FORMULO _____

REVISO _____

VERIFICO _____

DISTRIBUIDORA DE CERVEZA S. A.

ALMACEN DE VACIO

CONTROL

MOVIMIENTO DEL DIA _____ DE _____ DE 198 _____

RUTA No.	VENDEDOR	ENTRADAS				CUPO BARRIL	OBSERVACIONES
		CUPOS					
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
	VENTA BODEGA						
	OTROS						
	SUMAN LAS ENTRADAS						

PEDIDO	CONDUCTOR	SALIDAS				BARRIL CUPO	OBSERVACIONES
		CUPOS					
	ROTURAS						
	SUMAN LAS SALIDAS						

RESUMEN DEL MOVIMIENTO						
EXISTENCIA ANTERIOR						
ENTRADA DE HOY						
SUMA						
SALIDA DE HOY						
EXISTENCIA PARA MAÑANA						

FORMULO _____ REVISO _____ VERIFICO _____

CAPITULO IV

SISTEMA CONTABLE .

SISTEMA CONTABLE.

1. EL SISTEMA DE CONTABILIDAD.

a) Definición.

El constante desarrollo de las empresas y la continúa evolución de las técnicas y mecanismos para procesar información, exigen de la contabilidad un continuo perfeccionamiento.

La necesidad de información financiera confiable, selecta y oportuna, así como de controlar y registrar adecuadamente las operaciones económico-financieras de la empresa, son de vital importancia para la eficiente toma de decisiones, y para ello es menester la implantación de un adecuado Sistema Contable en la organización,

El C. P. Maximino Anzures define al Sistema Contable de la forma siguiente: "Son aquellos procedimientos mediante los cuales se anotan las operaciones financieras de una empresa, valiéndose de documentos y diarios, y cuya determinación constituye la filosofía del sistema".

El C. P. Octavio Armendáriz A. lo conceptúa de la siguiente manera: "El Sistema Contable incluye, el ciclo completo que comienza con las transacciones, su registro en documentos primarios, su análisis y registro en libros de distintos tipos, y por último la presentación de los datos en los informes".

b) Elementos.

El Sistema de Contabilidad debe comprender los elementos que constituyen en sí la organización contable de la empresa, y son a saber:

1) Documentos que sirven para captar y comprobar las operaciones sirviendo de fuente de datos para los siguientes.

2) Documentos contabilizadores, o sea los medios para el re

gistro en libros, por los cuales se establece la coordinación de tales hechos.

3) Libros y registros auxiliares o de detalle, a través de los que se efectúa el análisis.

4) Libros principales, mediante los que se llega al análisis - síntesis.

5) Libros de diario, que sirven de control y lazo de unión entre los libros principales y auxiliares.

6) Plan o Catálogo de Cuentas, con su correspondiente instructivo, a través del cuál se establece la coordinación de hechos.

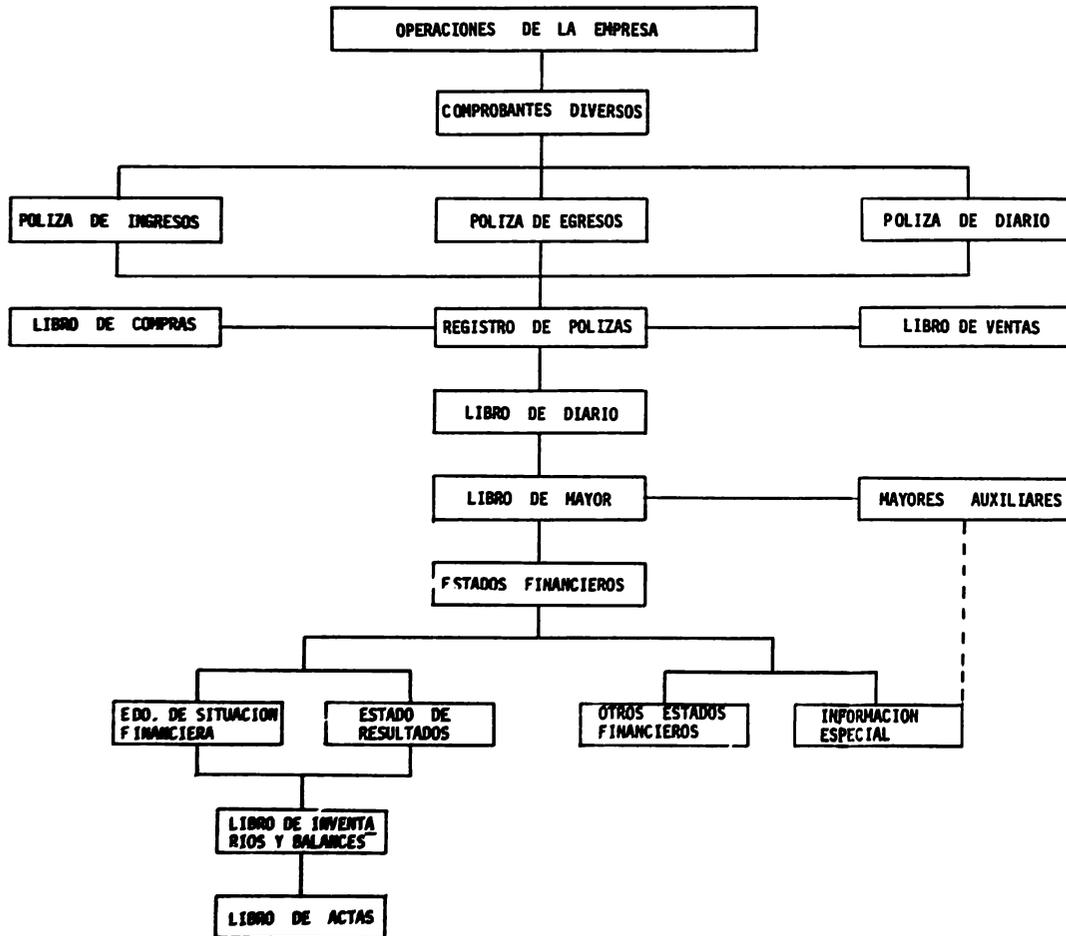
7) Resúmenes informativos sobre las operaciones financieras (y aún administrativas), como base para establecer las inferencias que se desprendan de la operación de la empresa, y que sirvan a la implantación de una política de mejoramiento.

2. GRAFICA DEL SISTEMA CONTABLE DE UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA.

Los Sistemas Contables en una Distribuidora de Cerveza - varían de conformidad con factores tales como: volúmen de operaciones, número de subagencias o depósitos, recursos financieros, rotación de inventarios (convertibilidad), estructura organizacional; así como políticas establecidas por la dirección, al conjunto de lineamientos que forman la base del procedimiento o procedimientos que en determinada situación justifiquen las decisiones adoptadas; y de manera general, las necesidades específicas que requiere cada distribuidora en particular.

A continuación se presenta la Gráfica del Sistema Contable - que generalmente se presenta en una Distribuidora de Cerveza, y que en mi opinión es el más apropiado para tal efecto.

GRAFICA DEL SISTEMA CONTABLE DE UNA DISTRIBUIDORA DE CERVEZA



3. DESCRIPCIÓN DE LA GRÁFICA DEL SISTEMA CONTABLE.

a) SISTEMA DE PÓLIZAS.

El Sistema Contable antes citado comprende el Sistema de Pólizas (Ingresos, Egresos, Diario), y consiste en utilizar hojas sueltas llamadas "Pólizas", en el cual se asienta una operación con todos sus pormenores para llevar a cabo el registro diario de las operaciones; concentrar el contenido de éstas a un registro de pólizas, pasar al libro diario, al libro mayor y al de inventarios y balances.

1) Formato de las Pólizas.

Las pólizas para facilitar su manejo presentan comúnmente tres secciones a saber:

a) Encabezado.

- El nombre de la empresa.
- La indicación de que se trata de una póliza (ingresos, egresos, diario) .
- La fecha en que se realizó la operación.
- El número de la póliza.

b) Columnas para anotar:

- Los nombres de las cuentas y subcuentas afectadas, y una breve descripción de la operación.
- Los importes de los cargos y abonos correspondientes.

c) Espacios al pie, para indicar:

- Nombre y firma de quién la elaboró.
- Nombre y firma de quién la revisó.
- Nombre y firma de quién la autorizó.

2) Registro de Pólizas.

La concentración del contenido de las pólizas se lleva a cabo en un Registro de Pólizas, el cual está compuesto de hojas tabulares con columnas para asentar: fecha, número y tipo de póliza, cargos y abonos con que debe afectarse cada cuenta, por la operación registrada en cada póliza.

b) ELEMENTOS DEL SISTEMA CONTABLE.

A) Pólizas.

- 1) Pólizas de Ingreso.
- 2) Pólizas de Egreso.

3) Pólizas de Diario.

B) Libros y Registros.

- 1) Registro de Pólizas.
- 2) Libro Diario.
- 3) Libro Mayor.
- 4) Libro de Inventarios y Balances.
- 5) Libro de Actas del Consejo de Administración.
- 6) Libro de Actas de Asambleas de Accionistas.
- 7) Libro de Ventas.
- 8) Libro de Compras.

C) Auxiliares.

- 1) Cuentas Colectivas de Activo.
- 2) Cuentas Colectivas de Pasivo.
- 3) Cuentas Colectivas de Resultados.
- 4) Cuentas de Orden.

c) APLICACION DEL SISTEMA CONTABLE.

D) REGISTROS DIARIOS.

a) Pólizas.

- 1) De Ingresos. Estas pólizas se contabilizarán diariamente en el Registro de Pólizas, el cual de - -

be hacerse en forma individual por cada una de las pólizas.

2) De Egresos. Estas pólizas se contabilizarán diariamente en el Registro de Pólizas, las cuáles deben hacerse de manera individual para cada una de las pólizas.

3) De Diario. Estas pólizas deberán contabilizarse diariamente en el Registro de Pólizas, afectándose en forma individual para cada una de ellas.

b) Libros.

1) Libro de Compras.

Este libro se afectará cuando se efectúen las compras, cotejándose en su oportunidad con las facturas correspondientes; a fin de mes se sumarán los movimientos registrados en las distintas columnas de este libro, para obtener el monto de los movimientos operados, así

como la totalidad en marcas, tamaños y presentaciones del producto adquirido.

2) **Libro de Ventas.**

En este libro se asentarán las ventas diarias o semanales en su caso, de manera global, por marcas, tamaños y presentaciones, así como el monto correspondiente; a fin de mes se sumarán los movimientos registrados en las distintas columnas de este libro, para obtener la totalidad de movimientos operados.

c) **Auxiliares.**

Estos se afectarán después de haberse contabilizado las pólizas en el Registro de Pólizas.

II) REGISTROS MENSUALES.

a) **Registro de Pólizas.**

Al final de cada mes se sumarán los movimientos de las distintas columnas a fin de totalizar los movimientos operados en cada una de las cuentas, para su asien

to de concentración en el Libro Diario.

b) Libro Diario.

En este libro se efectuará el asiento de concentración mensual, proveniente del Registro de Pólizas.

c) Libro Mayor.

En este libro se asentarán las concentraciones mensuales divididos en los movimientos efectuados en Libro Diario.

4. EL SISTEMA CONTABLE Y LA INFORMATICA.

El Sistema de Contabilidad antes descrito permite que los procedimientos de registro contable, independientemente de la afectación manual (pólizas), pueden llevarse a cabo a través de un sistema mecánico, electromecánico o electrónico.

En la actualidad la aplicación del procesamiento electrónico de datos (informática), en la contabilidad, es el medio idóneo para la obtención de información oportuna, exacta, y confiable, para la toma de decisiones.

Para la implantación de un sistema de contabilidad en Proceso-
amiento Electrónico de Datos (computadora), son de considera-
ción los siguientes puntos:

a) Fase de Viabilidad.

En esta etapa se tiene que analizar el Sistema Contable
en operación, obteniendo toda la información relativa a los proce-
dimientos en uso, formatos y registros utilizados.

b) Fase de Diseño del Sistema.

Se efectúa un estudio detallado de los requerimientos de -
información para la toma de decisiones y así estar en la posibilidad
de diseñar el sistema ideal con la acertada selección del equipo de
cómputo.

c) Fase de Programación.

La mayor responsabilidad en esta etapa recae en el perso-
nal de programación, ya que será quién elabore los diagramas de -
lógica, pruebas del programa, y pruebas del sistema.

Relacionado con las anteriores fases, para la implantación del Sistema de Contabilidad se tendrán los siguientes procesos:

a) Conversión de Datos.

Los datos iniciales para la creación de los archivos serán los proporcionados por medio de la información contable, a través de sus estados financieros principales y sus relaciones analíticas.

b) Codificación de la Información.

Esto se llevará a cabo respetando la clasificación de las cuentas de Balance y Resultados, así como los requisitos que exige el programa.

c) Una vez que se tiene el Catálogo de Cuentas perfectamente codificado y el archivo de saldos iniciales completamente integrados, se está en la posición de arranque del sistema, por lo que a partir de este momento la entrada de datos para su procesamiento en forma electrónica será en forma codificada.

d) Cuando la totalidad de datos ha sido introducida en la com

putadora, ésta los clasifica y actualiza para proporcionar la información requerida.

5. EL CATALOGO DE CUENTAS.

a) Importancia.

El Catálogo de Cuentas es uno de los elementos más importantes de la organización, ya que propicia la eficiencia del Sistema Contable; pues establece la ordenación de los hechos, determina el orden de las cuentas, y facilita la formación de los Estados Financieros.

El catálogo de cuentas comprende la exposición codificada y nominativa de un plan de cuentas, su uso facilita la supervisión de las autoridades fiscales, así como la obtención de beneficios tales como:

1) Proporciona mayor rapidez en las labores contables, reduciendo los errores de calificación.

2) Obtención más rápida de los Estados Financieros y mayor calidad en los mismos por su uniformidad.

3) Permite una mejor comprensión de la información estadística en referencia con asuntos internos de la empresa.

4) Mayor facilidad y eficacia en el análisis de la información obtenida de los registros.

5) Facilita la comparación de resultados.

b) Catálogo de Cuentas.

DISTRIBUIDORA DE CERVEZA, S. A.

CATALOGO DE CUENTAS.

1 ACTIVO

10 CIRCULANTE.

10.1 Caja

01 Fondo Fijo.

10.2 Bancos

01 Banco X.

02 Banco Y.

10.3 Documentos por Cobrar.

10.4 Deudores Diversos.

- 01 Depósitos.
 - 02 Repartidores.
 - 03 Funcionarios.
 - 04 Empleados.
 - 05 Clientes.
 - 06 Otros.
- 10.5 Almacén de Cerveza.
- 10.6 Almacén de Envase
- 01 Retornable.
 - 02 No Retornable.
- 10.7 Inversiones en Valores.
- 10.8 Depósitos en Garantía.
- 10.9 Pagos Anticipados.
- 01 Intereses.
 - 02 Impuestos.
 - 03 Primas de Seguros
 - 04 Rentas
 - 05 Otros.
- 10.10 I.V.A. Traslado.
- 11 NO CIRCULANTE.
- 11.1 Equipo de Transporte
- 11.2 Equipo de Oficina
- 11.3 Equipo de Publicidad y Propaganda
- 11.4 Maquinaria y Equipo Diverso.
- 01 Equipo y Servicio
 - 02 Equipo de Taller.
 - 03 Otros.

- 11.5 Terrenos
- 11.6 Edificios
- 11.7 Construcción en Proceso.

12 DIFERIDO

- 12.1 Gastos de Instalación
- 12.2 Gastos de Organización
- 12.3 Otros Gastos por Diferir.

2 PASIVO

20 A CORTO PLAZO

- 20.1 Proveedores.
 - 01 Cervecerfa X, Cuenta Corriente.
 - 02 Cervecerfa X, Movimientos Diversos
- 20.2 Documentos por Pagar.
- 20.3 Acreedores Diversos
- 20.4 Impuestos por Pagar
 - 01 Impto. sobre Prod. del Trabajo.
 - 02 Cuotas al I. M. S. S.
 - 03 1% S/ Remuneraciones.
 - 04 INFONAVIT
 - 05 Impuestos Estatales.
 - 06 Impuestos Municipales.
 - 07 Otros.
- 20.5 I. V. A. Causado.
- 20.6 I. V. A. por Pagar.

- 20.7 Provisiones.
- 21 A LARGO PLAZO
- 21.1 Acreedores Diversos.
- 21.2 Depósitos recibidos en Garantía.

3 CAPITAL

- 30 CAPITAL CONTABLE
- 30.1 Capital Social.
- 30.2 Reserva Legal.
- 30.3 Otras Reservas.
- 30.4 Resultados de Ejercicios Anteriores.
- 30.5 Resultados del Ejercicio.

4 CUENTAS COMPLEMENTARIAS DE ACTIVO.

- 40 CIRCULANTE.
- 40.1 Estimación para Cuentas de cobro Dudoso.
- 41 NO CIRCULANTE.
- 41.1 Depreciación Acumulada de Equipo de Transporte .
- 41.2 Depreciación Acumulada de Equipo de Oficina .
- 41.3 Depreciación Acumulada de Equipo de Publicidad y Propaganda .
- 41.4 Depreciación Acumulada de Maquinaria y Equipo Diverso .

41.5 Depreciación Acumulada de Edificio .

42 DIFERIDO.

42.1 Amortización Acumulada de Gastos de Instalación.

42.2 Amortización Acumulada de Gastos de Organización.

42.3 Amortización Acumulada de Otros Gastos por Diferir.

5 CUENTAS DE ORDEN.

50 CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS.

50.1 Depreciación Fiscal por Aplicar.

50.2 Amortización Fiscal por Aplicar.

50.3 Cervecerfa X, Cta. Envases.

51 CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS.

51.1 Aplicación de Depreciación Fiscal.

51.2 Aplicación de Amortización Fiscal.

51.3 Cta. Envases, Cervecerfa X.

6 CUENTAS DE RESULTADOS.

60 CUENTAS DE RESULTADOS DEUDORAS.

60.1 Costo de Ventas

- 01 Costo de Venta Cerveza.
- 02 Costo envase No Retornable.
- 60.2 **Descuentos, Rebajas, Bonificaciones sobre Ventas.**
 - 01 Descuentos sobre Ventas.
 - 02 Rebajas sobre Ventas.
 - 03 Bonificaciones sobre Ventas.
- 60.3 **Gastos de Venta.**
 - Sub-Cuentas según Anexo.
 - Sub-Subcuentas según Anexo.
- 60.4 **Gastos de Administración.**
 - Sub-Cuentas según Anexo.
 - Sub-Subcuentas según Anexo.
- 60.5 **Gastos de Publicidad.**
 - Sub-Cuentas según Anexo.
 - Sub-Subcuentas según Anexo.
- 60.6 **Gastos Financieros.**
 - Sub-Cuentas según Anexo.
 - Sub-Subcuentas según Anexo.
- 60.7 **Otros Gastos.**
- 61 **CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORAS.**
 - 61.1 **Ventas.**

- 01 Ventas de Cerveza
- 02 Ventas de Envase No Retornable.

61.2 Productos Financieros.

61.3 Otros Ingresos.

- 01 Utilidad en Venta de Activo Fijo.
- 02 Productos Diversos.

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		No. de Cuenta de Gastos.					
SUB	SUB	NOMBRE	VIA.	ADMON.	PUB.	FIN	OTROS.
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
01		Remuneraciones al Personal.					
	01	Sueldos	X	X			
	02	Salarios	X	X			
	03	Premios al Personal.	X	X			
	04	Gratificaciones Ordinarias	X	X			
	05	Gratificaciones Extraordinarias	X	X			
	06	Gastos de Representación	X	X			
	07	Tiempo Extra	X	X			
	08	Vacaciones	X	X			
	09	Indemnizaciones.	X	X			

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	SUB		VTA.	ADMON	PUB.	FIN.	OTROS.
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	10	Varios.	X	X			
02		Honorarios					
	01	Honorarios para Consejeros.	X	X			
	02	Honorarios Legales	X	X			
	03	Honorarios Auditores Ext.			X		
	04	Otros Honorarios.	X	X			
03		Previsión Social					
	01	Cuotas del Seguro Social	X	X			

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		No. de Cuenta de Gastos.					
SUB	SUB	NOMBRE.	VTA.	ADMN.	PUB.	FIN.	OTROS.
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	02	INFONAVIT.	X	X			
	03	Servicio Médico	X	X			
	04	Implementos de Trabajo	X	X			
	05	Atenciones al Personal	X	X			
	06	Varios	X	X			X
04		Donativos					
	01	Donativos	X	X			
05		Seguros y Fianzas					
	01	Seguros de Inventarios	X		X		
	02	Seguros sobre Inversiones Permanentes.	X	X	X		

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE.	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	CTA.		VTA.	ADMON.	PUB.	FIN.	OTROS.
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	03	Seguros de Vida y Accidentes	X	X			
	04	Fianzas y Seguros Personales	X	X			
	05	Varios	X	X			
06		Pérdidas por Delitos, Casos Fortuitos o de Fuerza Mayor.					
	01	Pérdidas por Delitos y Siniestros no cubiertos por Seguros y/o Fianzas.	X	X			
	02	Pérdidas por Cuentas Incobrables.	X	X			
	03	Pérdidas en Ventas de Activo Fijo	X	X	X		
07		Impuestos y Derechos.					

ANEXO DE SUB-CUENTAS y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	SUB		VTA.	ADMON.	PUB.	FIN.	OTROS
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	01	1% para la Educación	X	X			
	02	Impuestos Estatales	X			X	
	03	Impuestos Municipales	X			X	
	04	Agua	X	X			
	05	Impuesto predial	X	X			
	06	Tenencias	X				
	07	Placas.	X				
	08	Multas y Recargos	X	X			
	09	Otros.	X	X			X
08		Reparaciones, Gastos de Mantenimiento y Conservación.					

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE.	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	CTA.		VTA.	ADMON	PUB.	FIN.	OTROS
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	01	Reparaciones.	X	X			X
	02	Gastos de Mantenimiento y Conservación.	X				
	03	Combustibles y Lubricantes.	X	X			
	04	Varios	X	X			X
09		Fletes y Acarreos					
	01	Carga y Descarga	X				
	02	Fletes y Acarreos	X				
	03	Alquiler de Unidades	X				
	04	Varios	X				X

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	SUB		VTA.	ADMN.	PUB.	FIN.	OTROS
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
10		Gastos de Bodega					
	01	Arrendamientos y/o Sub-arrendamientos.	X	X			
	02	Energfa Eléctrica	X	X			
	03	Gastos de Mantenimiento y Conservación	X	X			
	04	Varios.	X	X			
11		Gastos de Publicidad					
	01	Publicidad Nacional de Cerv.				X	
	02	Cartulinas, Volantes e Impr.				X	
	03	Anuncios en Cine, Radio, Prensa y T.V.				X	

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	SUB		VTA.	ADMON.	PUB.	FIN.	OTROS
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	04	Anuncios Murales			X		
	05	Anuncios Luminosos				X	
	06	Promociones y Ferias				X	
	07	Obsequios				X	
	08	Varios				X	
12		Amortizaciones					
	01	Amortización Acum. Gastos de Instalación	X	X			
	02	Amortización Acum. Gastos de Organización	X	X			
	03	Amortización Acum. Otros Gastos por Diferir.	X	X			X

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	CTA.		VTA.	ADMON.	PUB.	FIN.	OTROS.
	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
13		Depreciaciones.					
	01	Dep'n. Acum. Eq. de Transporte.	X	X			
	02	Dep'n. Acum. Eq. de Oficina	X	X			
	03	Dep'n. Acum. Eq. de Publicidad y Propaganda.	X		X		
	04	Dep'n. Acum. Maquinaria y Eq. Diverso.	X	X			X
	05	Dep'n. Acum. Edificio	X	X			
14		Otros Gastos Normales.					
	01	Mantenimiento Eq. de Oficina	X	X			

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SUB		NOMBRE	No. de Cuenta de Gastos.				
SUB	SUB		VTA.	ADMN.	PUB.	FIN.	OTROS.
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	02	Papelerfa.	X	X			
	03	Artículos de Oficina	X	X			
	04	Cuotas y Suscripciones	X	X			
	05	Copias Fotostáticas	X	X			
	06	Almacenaje	X	X		X	
	07	Transportes Locales	X	X			
	08	Vigilancia	X	X			
	09	Teléfonos, Correos y Te- légrafos.	X	X			
	10	Energfa eléctrica	X	X		X	
	11	Hielo y Agua	X	X			

ANEXO DE SUB-CUENTAS Y SUB-SUBCUENTAS DE GASTOS.

SOB		No. de Cuenta de Gastos.					
SOB	SUB	NOMBRE	VTA.	ADMN.	PUB.	FIN.	OTROS
CTA.	CTA.		60.3	60.4	60.5	60.6	60.7
	12	Roturas y Mermas	X				
	13	Diversos	X	X			X
15		Gastos Financieros					
	01	Intereses				X	
	02	Pérdidas en cambios				X	
	03	Comisiones y Situaciones Bancarias.				X	
	04	Diversos				X	

c) Instructivo al Catálogo de Cuentas.

Para hacer uso correcto del Catálogo de Cuentas es necesario la formulación de su correspondiente instructivo.

El Instructivo al Catálogo de Cuentas detalla los conceptos de cargo y abono, interpretación de saldo, así como la referencia a las cuentas que se afectan en forma correlativa, y tiene como objeto la unificación de criterio para la adecuada aplicación e interpretación en el registro de las operaciones.

A continuación se mencionarán algunas de las cuentas que presentan características peculiares dentro de la contabilidad de una Distribuidora de Cerveza, haciendo las indicaciones convenientes atendiendo al nombre que se les clasifica y a la naturaleza de sus movimientos.

10.3 Documentos por Cobrar.

El saldo de esta cuenta representa los documentos pendientes de cobro expedidos a favor de la empresa por los préstamos concedidos a clientes exclusivos.

10.4 Deudores Diversos.

01 Depósitos.

El saldo de esta sub-cuenta representará el monto que deben a la distribuidora los depósitos por concepto de cerveza remitida a sus bodegas.

02 Repartidores.

Esta sub-cuenta se cargará por el importe de las dotaciones de cerveza entregados a los repartidores, por el traspaso, cambio o reestructuración de rutas. Se acreditará por cobros efectuados así como por cancelación de cuentas incobrables.

El saldo invariablemente deudor representará el importe de las dotaciones de cerveza concedidos a los repartidores para el desempeño de su labor en las rutas.

03 Funcionarios.

Esta sub-cuenta se cargará por anticipos para gastos y anticipos a cuenta de sueldos. Se acreditará por los comprobantes de gastos o pagos que realicen sobre su cuenta.

El saldo representará el monto que deben los funcionarios a la empresa.

04 Empleados.

Se cargará esta sub-cuenta por anticipos a cuenta de - salarios y préstamos concedidos. Se acreditará por - los pagos que efectúen sobre su cuenta.

El saldo representará el monto que deben los empleados a la empresa.

05 Clientes.

Esta sub-cuenta se cargará por el importe de los productos a crédito. Se acredita por cobros efectuados, por concepto de descuentos, rebajas y bonificaciones sobre ventas.

El saldo significará el importe por cobrar en notas de crédito a clientes que por su volumen de ventas se operan directamente desde la oficina central, para no afectar los límites de crédito establecidos a los depósitos y repartidores.

10.5 Almacén de Cerveza.

Se cargará esta cuenta por el importe de las compras de mercancías al fabricante (implica las entradas físicas del producto "líquido"). Se acreditará por todas las salidas de mercancía que se efectúe.

El saldo representa el importe de las existencias en bodega y deberá coincidir con el inventario físico que periódicamente se practique.

10.6 Almacén de Envase.

01 Retornable.

El saldo de esta sub-cuenta representará única y exclusivamente el importe del envase propiedad de la Distribuidora.

02 No Retornable.

Esta sub-cuenta se cargará por el importe de las compras realizadas. Se acreditará por las salidas de este tipo de envase que se efectúe.

El saldo significará el importe de las existencias en bodega, debiendo coincidir con el inventario físico que periódicamente debe practicarse.

11.3 Equipo de Publicidad y Propaganda.

El saldo de esta cuenta representará el monto de la inversión del mobiliario de publicidad y propaganda (refrigeradores eléctricos, hieleras, máquinas para cerveza de barril, etc), que se destina para entregarlos en comodato a los clientes.

11.4 Maquinaria y Equipo Diverso.

01 Equipo de Servicio.

El saldo de esta sub-cuenta representará el importe del mobiliario y equipo de servicio (montacargas, estibadores o similares) destinado para uso en las bodegas.

02 Equipo de Taller.

El saldo de esta sub-cuenta comprenderá el valor de -

los útiles de trabajo, para las diversas labores de mantenimiento de la bodega. (Taller mecánico, eléctrico, carpintería etc).

20.1 Proveedores.

01 Cervecería X, Cuenta Corriente.

Esta sub-cuenta se acreditará por las compras de cerveza a crédito. Se cargará por los pagos que se realicen sobre la cuenta.

El saldo significará el importe por pagar a las fábricas.

02 Cervecería X, Movimientos Diversos.

Esta sub-cuenta se acreditará por los cargos que efectúen las fábricas independientemente del movimiento de cerveza.

Se cargará por los créditos que efectúen a nuestro favor las fábricas.

El saldo representará el monto o importe a pagar a -

las fábricas por conceptos independientes al movimiento de cerveza.

21.2 Depósitos recibidos en Garantía.

El saldo de esta cuenta que invariablemente será acreedor representa un pasivo a cargo de la distribuidora, - por las aportaciones que hacen los repartidores, con el fin de garantizar sus adeudos por créditos concedidos para el manejo de sus rutas.

6. ASPECTOS FISCALES.

Una Distribuidora de Cerveza es sujeto directo o solidario del pago de los siguientes créditos fiscales principalmente:

a) Ley del Impuesto Sobre la Renta.

1) Impuesto al Ingreso Global de las Empresas.

Este impuesto se deberá causar por la diferencia entre los ingresos totales acumulables y las deducciones autorizadas por la ley. (Aplicación tarifa art. 34).

Deben enterarse de este impuesto anticipos, dentro de los primeros quince días de los meses quinto, noveno, y doceavo del ejercicio, de acuerdo a los ingresos correspondientes a los meses cuarto, octavo y undécimo respectivamente.

El impuesto deberá quedar totalmente pagado a más tardar dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se termine el ejercicio correspondiente.

2) Impuesto sobre Productos del Trabajo.

Por las retenciones mensuales al personal de la Distribuidora, de conformidad con el art. 52 de la Ley respectiva.

Su entero se efectuará a la oficina autorizada a más tardar el día 15 de cada mes o al siguiente día hábil si aquel no lo fuere.

El cálculo del impuesto anual se realizará de acuerdo al art. 98, restando el impuesto de los pagos provisionales efectuados, la diferencia que resulte a cargo, se enterará mediante declaración a más tardar en el mes de marzo siguiente a el año de calendario de que se trate.

b) Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Se efectuarán pagos mensuales a más tardar el día 20 de cada mes o al siguiente día hábil si aquel no lo fuere, de cada uno de los meses del ejercicio fiscal, mediante declaración que se presentará en las oficinas autorizadas.

El pago mensual será la diferencia entre el impuesto -- (10% o 6% en su caso), que correspondía al total de las actividades realizadas en el mes de calendario anterior y las cantidades por -- la que proceda el acreditamiento.

El impuesto del ejercicio se calculará deduciendo los pagos mensuales, se pagará mediante declaración que se presenta--rá ante las oficinas autorizadas, dentro de los 3 meses siguientes al cierre del ejercicio.

c) Impuesto del 1% sobre las Erogaciones por Remuneraciones al Trabajo Personal prestado bajo la Dirección y Dependencia de un Patrón. (F. XIII del Art. 1 de la Ley de Ingresos de la Fe--deración).

Este impuesto se enterará, mediante declaración en las

oficinas autorizadas, a más tardar el día 15 del mes siguiente a --
aquel en que se hayan hecho los pagos base del gravámen, o el día
hábil siguiente si aquel no lo fuere.

d) Cuotas Obrero Patronales al I. M. S. S.

Conforme a los lineamientos que establece la Ley del Seguro Social, se debe enterar el importe de las cuotas obrero patronales formulando la cédula correspondiente, por bimestres vencidos.

El pago de las cuotas se hace directamente en las oficinas autorizadas por el Instituto dentro de los primeros quince días de los meses de enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre de cada año.

e) Aportaciones al Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

Las aportaciones al Infonavit, deberá ser el 5% sobre los salarios ordinarios que paga la empresa.

El entero de las aportaciones se efectúa por bimestres -

vencidos en las oficinas autorizadas para tal efecto, a más tardar el día 15 o al siguiente día hábil si aquél no lo fuere de los meses de enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre de cada año.

f) Impuesto sobre Tenencia y Uso de Automóviles.

g) Impuesto Predial.

h) Según la entidad federativa en que esté ubicada la Distribuidora se hará acreedora de obligaciones fiscales estatales y municipales.

CAPITULO V

LOS ESTADOS FINANCIEROS Y LA INFORMACION A LA GERENCIA.

LOS ESTADOS FINANCIEROS Y LA INFORMACION A LA GERENCIA.

1. FINALIDAD E IMPORTANCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.

Los Estados Financieros se preparan con fines eminentemente informativos, la importancia de ellos radica precisamente en la utilidad que pueden brindar como medio de información oportuna, fehaciente y accesible para conocer la marcha de la entidad.

La información contenida en los estados financieros es de vital importancia, principalmente para la gerencia, directivos o accionistas, ya que a través de un análisis e interpretación de los mismos, permite la elaboración de planes y proyectos, elegir al-

ternativas, y por ende la adecuada toma de decisiones.

Las necesidades de información financiera varían de conformidad con las características de cada entidad en particular.

2. ELEMENTOS DE UN ESTADO FINANCIERO.

Todo Estado Financiero deberá contener los elementos que a continuación se detallan:

a) Un encabezado en el cuál se indique: A quién corresponde el estado financiero presentado, de que estado financiero se trata, y la fecha o período que abarca los datos mostrados.

b) Un cuerpo o contenido que esta formado por la información descriptiva y numérica.

c) Pie, compuesto por los nombres y firma de las personas responsables de la elaboración de los estados financieros, así como la fecha en que son presentados.

3. REQUISITOS DE UN ESTADO FINANCIERO.

Cualquier Estado Financiero que verdaderamente pretenda ser de utilidad, para que cumpla sus fines Informativos, debe reunir los requisitos siguientes:

a) Universalidad. La Información que brinden sea clara y accesible, utilizando al efecto términos comprensibles y una estructura simple.

b) Continuidad. Que la información tenga una secuencia lógica, clara y breve.

c) Periodicidad. Que su elaboración se lleve a cabo en forma periódica.

d) Oportunidad. Que su elaboración y presentación sean rendidos oportunamente.

4. CLASIFICACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.

Los Estados Financieros se clasifican en:

- a) Estados Financieros Pro-forma.
- b) Estados Financieros Principales o Básicos.
- c) Estados Financieros Secundarios o Accesorios.

a) ESTADOS FINANCIEROS PRO-FORMA.

Son aquellos Estados Financieros que pueden presentar total o parcialmente situaciones o hechos por acaecer, y se preparan con el objeto de presentar la forma en que determinada o determinadas situaciones aún no consumadas pueden modificar la posición financiera de la empresa, basándose en los presupuestos que elabore una empresa.

En ellos se observa el plan financiero que consiste, en presuponer una serie de factores y situaciones con mayor o menor detalle, como base para la realización de operaciones futuras y para el control de las mismas.

El Estado de Situación Financiera, así como otros estados financieros pueden proyectarse conforme a los lineamientos anteriores, y constituirse así en estados financieros Pro-forma.

b) ESTADOS FINANCIEROS PRINCIPALES O BASICOS.

Son aquellos que por su contenido e importancia, permiten una apreciación global de la situación financiera y productividad de la empresa.

Los Estados Financieros Principales se dividen a su vez:

- A) Estáticos.
- B) Dinámicos.

A) Estáticos.

Son aquellos estados financieros que se refieren a una fecha determinada, o sea muestran información a un momento dado. Es representativo de este grupo el Estado de Situación Financiera.

Estado de Situación Financiera.

Denominado comúnmente Balance General, es el más importante de los Estados Financieros ya que muestra la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Es decir el conjunto de recursos (bienes y derechos propiedad de la empresa), obligacion

nes contraídas con terceros, así como el patrimonio neto de la em presa, resultante de la diferencia entre recursos y obligaciones.

Este estado financiero puede formularse en cualquier mo--
mento, pero para que cumpla plenamente su función informativa, -
será necesario elaborarlo al cierre del ciclo económico de la em-
presa, con sus correspondientes anexos.

B) Dinámicos.

Son aquellos estados financieros que nos muestra el resul-
tado de movimientos habidos en un período determinado y son:

- 1) Estado de Resultados.
- 2) Estado de Origen y Aplicación de Recursos.

1) Estado de Resultados.

Conocido también como Estado de Pérdidas y Ganancias,
es un estado financiero que muestra los resultados (ingresos y egre sos), obtenidos por la empresa en un determinado período, o sea -
expone la forma y las circunstancias en que se llevaron a cabo las
operaciones, que produjeron la utilidad o pérdida en su caso.

2) Estado de Origen y Aplicación de Recursos.

Es un estado financiero conocido con varias denominaciones entre ellas: Estado de Cambios en la Situación Financiera, Estado de Fondos, etc.

La base para su formulación es el Estado de Situación Financiera elaborado en forma comparativa, que permita se determine los cambios habidos tanto en aumentos como disminuciones, este estado financiero muestra las partidas a una fecha o período determinado, que sufrieron algunas modificaciones considerando para tal efecto, cuáles representan para la empresa un origen de recursos y la aplicación que se hizo de ellos.

c) ESTADOS FINANCIEROS SECUNDARIOS O ACCESORIOS.

Son aquellos estados financieros que proporcionan una información más completa amplia y detallada sobre los estados financieros principales, al derivarse de éstos proporcionan cifras más claras, analíticas y completas.

Los Estados Financieros Secundarios se clasifican en:

- 1) Estado de Costo de Producción.
- 2) Estado de Costo de lo Vendido.
- 3) Estado de Variaciones en el Capital Contable.

1) Estado de Costo de Producción.

Los costos y la naturaleza de los componentes que intervienen en la manufactura de un producto son muy variados, es oportuno y adecuado registrarlos en la contabilidad lo que permite conocerlos, éstos datos son indispensables para determinar los resultados habidos.

El Estado de Costo de Producción es un estado financiero, característico de las empresas industriales, y que muestra cuales han sido los elementos e importe que han integrado la producción de determinados artículos, en un período específico.

Algunas empresas industriales fusionan el estado de costo de producción y el estado de costo de lo vendido, para producir de esa manera un nuevo estado financiero denominado "Estado de Costo de Producción y Venta".

2) Estado de Costo de lo Vendido.

Este Estado Financiero muestra cuáles han sido y a cuanto han ascendido las erogaciones necesarias para adquirir las mercancías destinadas a la venta.

El Estado de Costo de lo Vendido es un estado financiero característico de las empresas comerciales, y por lo tanto no deberá incluir costos de artículos que no hayan sido adquiridos para que la empresa practique las operaciones que constituyen su giro de compra-venta; su elaboración comprende un período determinado.

3) Estado de Variaciones en el Capital Contable.

Este estado financiero es conocido también como estado de Movimientos del Capital Contable.

Se entiende por Capital Contable, la diferencia que existe entre el Activo y Pasivo, es decir el excedente del primero sobre el segundo, diferencia que al iniciarse la empresa está representada por su capital pagado, o sea la inversión de los accionistas, esta inversión al cabo de cierto tiempo sufre modificaciones.

El Estado de Variaciones en el Capital Contable es un estado financiero dinámico que tiene por objeto mostrar el movimiento

to deudor y acreedor de las cuentas del capital contable de una empresa, en un período determinado.

También se puede decir que es un estado financiero, que muestra los saldos iniciales y finales así como los movimientos - deudores y acreedores de las cuentas del capital contable relativos a un ejercicio determinado.

DISTRIBUIDORA DE CERVEZA, S. A.
ESTADO DE RESULTADOS

DEL ____ DE _____ AL ____ DE _____ DE 198 ____

VENTAS

Ventas de Cerveza	\$		
Venta de Envase no Retornable			\$

MENOS:

Descuentos, Rebajas y Bonificaciones sobre Ventas			
---	--	--	--

VENTAS NETAS			\$ <u> </u>
---------------------	--	--	-----------------------------

MENOS:

COSTO DE VENTAS

Costo de Ventas Cerveza			
Costo de Ventas Envase No Retornable			

UTILIDAD BRUTA			
-----------------------	--	--	--

MENOS:

CASTOS DE OPERACION

Costos de Venta			
Costos de Administración			
Costos de Publicidad y Propaganda			
Costos Financieros			

UTILIDAD DE OPERACION			
------------------------------	--	--	--

Otros Costos			
Otros Productos			

UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO.			\$ <u> </u>
--	--	--	-----------------------------

CONCLUSIONES

1. Al llevar a cabo un estudio del Sistema Contable en una empresa, implica en un principio, obtener información tanto de la actividad o giro mercantil, así como el volumen de operaciones que efectúan, y por ende la magnitud de la organización.

2. Asimismo es significativo precisar la estructura organizacional de la empresa en cuestión, formulando la gráfica de organización correspondiente, especificando funciones y responsabilidades para una adecuada división de labores, y con ésto cubrir todos los aspectos importantes del funcionamiento de la empresa; contribuyendo en consecuencia a un control interno eficiente.

3. Posteriormente, al determinar las necesidades de control y registro adecuado de las transacciones que se efectúan, así como la información financiera, se hace evidente la necesidad de definir los elementos del Sistema Contable Idóneo que propicie la obtención de los objetivos para el cual fue creado.

4. El objetivo primordial de un Sistema Contable es el eficaz control y registro de las operaciones, su procesamiento apropiado; y en consecuencia producir información confiable, selecta y oportuna, a través de los estados financieros, cuyo análisis e interpretación permite la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFIA

CONTABILIDAD GENERAL.

Anzures, Maxdmino,
México: Porrúa, 1977,
(2a. ed., 19a. reimpr.)

LA CERVEZA Y LA INDUSTRIA CERVECERA MEXICANA.

Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza,
México, 1979.

CURSO DE CONTABILIDAD DE SOCIEDADES.

Baz González, Gustavo,
México: Olímpia, 1976.

LEXICO BASICO DEL CONTADOR.

Enríquez Palomec, Raúl,
México: Trillas, 1980,
(2a., ed., reimpr.)

SISTEMAS DE CONTABILIDAD, PROCEDIMIENTOS Y METODOS.

Gillespie, Cecil,
México: ECASA, 1979,
(1a., ed.)

CONTROL INTERNO.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos,
México, 1978.

LEGISLACION LABORAL.

México: DOZ, 1980,
(1a., ed.)

LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.

México: Porrúa, 1978.

INFORMACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS A LA ADMINISTRACION.

Márquez, Carlos,
México: ECASA, 1979.

PRONTUARIO DE LEYES FISCALES.

Moreno, Javier y Agullar, Javier (Compiladores),
México: Trillas, 1980,
(2a., ed.)

AUDITORIA I.

Osorio Sánchez, Israel,
México: ECASA, 1977,
(1a., ed.)

MANUAL DEL CONTADOR.

Paton, W. A.,
México: UTEHA, 1968.

LOS ESTADOS FINANCIEROS, SU ANALISIS E INTERPRETACION.

Pérez Harris, Alfredo,
México: ECASA, 1979,
(4a., ed.)

SISTEMAS DE CONTABILIDAD.

Prieto, Alejandro,
México: Banca y Comercio, 1978.