



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

ANALISIS DE LAS VENTAS EN ABONOS

**SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE
QUE EN OPCION AL GRADO DE LICENCIADO
EN CONTADURIA PRESENTA:**

ALMA GUADALUPE RAMIREZ ALCANTARA

C. P. ARTURO DIAZ ALONSO

MEXICO, D. F.

1983



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.
Introducción.	1
Cap. I. Generalidades de las Ventas en Abonos en Empresas Comerciales.	
1. El Crédito	3
A. Definición del crédito.	4
B. Elementos del costo de operar a crédito	5
C. Clasificación del crédito	8
2. Antecedentes de las ventas en abonos.	15
3. Características generales de las ven- tas en abonos.	17
4. Pasos para poder pactar la operación- de ventas en abonos.	20
5. Elementos de las ventas en abonos.	30
6. Ventajas y desventajas de las ventas- en abonos.	35
Cap. II. Disposiciones Legales Sobre las Ventas— en Abonos.	
1. Introducción.	37
2. Código Fiscal de la Federación.	37
3. Código de Comercio.	38
4. Código Civil.	40
A. Contrato de compraventa en abonos con cláusula rescisoria.	41

B. Contrato de compraventa en abonos con cláusula de reserva de domi— nio.	43
5. Ley del Impuesto sobre la Renta.	46
6. Ley del Impuesto al Valor Agregado.	51
A. Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.	52
7. Transitorios Ley de Reformas 1982.	56
Cap. III. Aplicación de los Principios de Contabi— lidad al Sistema de Ventas en Abonos.	
1. Introducción.	59
2. Principios de Contabilidad General— mente Aceptados.	60
A. Clasificación del rubro de ventas	62
B. Aplicación de los principios de — contabilidad al rubro de ventas.	62
Cap. IV. Organización Contable de las Ventas en— Abonos.	
Criterio "A".	
1. Conceptos tradicionales aplicables a las ventas en abonos.	76
A. Criterios para considerar las uti— lidades de las ventas en abonos.	76
B. Análisis de las cuentas utiliza— das en las ventas en abonos.	78.

C. Ejemplo de contabilización del -- tercer criterio.	81
D. Presentación de las cuentas utili- zadas en los estados financieros.	89
Criterio "B".	
2. Aspecto Contable de las Ventas en Abo- nos de acuerdo con Principios de Con- tabilidad Generalmente Aceptados.	98
A. Registro contable.	98
B. Registro fiscal optativo	101
C. Presentación de las cuentas en los estados financieros.	102
 Cap. V. Control Interno de las Ventas en Abonos.	
1. Estudio del control interno.	106
A. Definición de control interno.	106
B. Objetivos del control interno.	107
C. Elementos del control interno.	108
2. Tramitación de las ventas en abonos.	111
A. Solicitud de crédito.	111
B. Investigación de créditos.	111
C. Concesión o autorización de la -- venta.	112
D. Autorización del pedido por el -- departamento de ventas.	113
E. Expedición de remisiones o notas- de embarque.	114

F. Facturación.	117
G. Devoluciones y descuentos sobre - ventas.	118
H. Documentación de la venta.	121
I. Recuperación de los créditos con- cedidos.	123
Conclusiones.	135
Bibliografía.	138

INTRODUCCION

El desarrollo de la presente tesis está basado en el desarrollo de las ventas en abonos de los almacenes comerciales, para analizar la importancia de ésta clase de ventas es ese sector, así como los procedimientos y técnicas específicas que son características de éste tipo de ventas.

Con el desarrollo alcanzado en los últimos años, el crédito al consumidor ha adquirido diversas modalidades, entre ellas se encuentran las ventas en abonos, que proporcionan al consumidor la facilidad de poder adquirir los artículos que necesiten a través de un enganche, generalmente pequeño, y pagos periódicos que, por lo común, son de igual monto.

Este tipo de venta, cada día menos usual, no sólo representa ventajas para el comprador sino también para el vendedor ya que éste ve incrementado el volumen de sus operaciones y en sus resultados, siempre y cuando exista un adecuado sistema de cobranzas. Las ventas en abonos requieren de una organización especial en libros y registros de contabilidad, para poder proporcionar una información adecuada, confiable y oportuna a los interesados para ayudarlos en la toma de decisiones, que hace indispensable que el tratamiento tradicional que se ha venido aplicando a las ventas en abonos (tratado en el capítulo 4), sea modificado y adecuado al desarrollo actual de los Principios de -

Contabilidad Generalmente Aceptados.

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos de --- México, A. C. viendo la necesidad de adecuar los Principios de Contabilidad al desarrollo de las ventas en --- abonos ha anunciado la publicación de un boletín de la misma serie de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados sobre el tema. Este boletín a la fecha no ha sido publicado y es urgente hacerlo, por la necesidad de registro e información que requieren las empresas--- que en la actualidad se dedican a esta clase de ventas

En términos generales, el estudio de las ventas en abonos aquí tratado tiene por objeto analizar en forma general a las mismas, para conocer sus características, su aspecto fiscal y contable, así como algunos aspectos de control interno.

**CAP. I. GENERALIDADES DE LAS VENTAS EN ABONOS EN
EMPRESAS COMERCIALES.**

1. El Crédito.

El crédito es el instrumento del comercio que más ha contribuido al desarrollo de los establecimientos al menudeo, permitiéndoles incrementar sus operaciones, por esta razón el crédito ha tenido gran aceptación entre los comerciantes, que al tratar de expandir su mercado han tenido que vender sus productos a crédito, corriendo en ello un gran riesgo, el cual debe ser atenuado — mediante una evaluación de la capacidad de pago de quienes lo solicitan para que este tipo de operaciones sean de beneficio para los sujetos que en ella intervienen.

En general el crédito ha permitido a la masa del consumidor en potencia convertirse de inmediato en consumidor real, volviendo su capacidad adquisitiva: futura — en presente e incrementando dicha capacidad notoriamente.

El consumidor que hace algunos años tenía por fuerza que esperar a reunir el dinero para poder cubrir el importe total del artículo deseado, o en muchas ocasiones cuando ya lo había reunido, éste se había disparado de tal forma que ya no era posible su adquisición, viéndose el consumidor en la necesidad de volver a ahorrar lo

que llegó a ser un círculo vicioso. El consumidor — puede gozar ahora de la posesión del bien deseado en forma inmediata, incorporándose a la corriente económica del país, permitiéndole además mejorar a hora — más temprana su nivel de vida al poder hacerse de un sinnúmero de satisfactores de los cuales antes tenía que prescindir por largo tiempo.

Es un hecho que el crédito no sólo ha permitido al consumidor anticipar el mejoramiento de su nivel de vida, sino que le ha obligado a canalizar en forma — ordenada gran parte de sus ingresos a la adquisición de satisfactores de carácter mas o menos permanentes — ingresos que en otra forma se evaporarían al satisfacer mil y un deseos, a veces superfluos, que no contribuían al mejoramiento de su nivel de vida o al fortalecimiento de su economía personal.

A. Definición del Crédito.

El crédito es un vocablo derivado del latín " credo o creditum " que significa creencia o confianza, — el crédito nos indica que quien lo otorga está depositando su confianza en quien lo solicita, para obtener bienes y servicios mediante una promesa de pago en — una fecha determinada en el futuro.

B. Elementos del costo de operar a crédito.

Existen ciertos elementos que intervienen en el otorgamiento de crédito, los cuales deben ser tomados en cuenta por las empresas que realizan este tipo de operaciones, ya que forman parte del costo general de la operación de crédito.

" El criterio básico aplicado para identificar los costos originados por la operación de crédito, es el de identificar en la empresa aquellos costos que podrían eliminarse si se descontinuase la operación de crédito, asumiendo que no hubiera modificación en el volumen total de ventas.

Estos elementos de costos pueden agruparse en dos grandes categorías: la primera representa aquellos costos directamente identificables con la operación de crédito, tales como costos de obtener cuentas nuevas, costos de mantener y dar servicio día a día a las cuentas activas de clientes y los costos de cobranza de las cuentas vencidas.

La segunda categoría se refiere a todos aquellos costos de carácter indirecto que han podido ser identificados y que son:

Costo del capital necesario para financiar la cartera de los clientes.....

Costos de espacio y equipo requeridos para la operación de crédito.

Costo de vendedores adicionales requeridos para atender a clientes que compran a crédito, el cual resulta del tiempo adicional requerido para la preparación de las notas de venta y el proceso de autorización del crédito en este tipo de ventas.

El costo que representa la proporción de gastos de la gerencia, aplicable a la operación de crédito incluye además los costos de los servicios proporcionados por otras actividades de servicio a los departamentos de crédito.

Existen otros gastos (por el simple hecho de exigir la función de crédito), además de los identificados anteriormente, algunos de los cuales no son susceptibles de ser medidos en forma específica, pero sí sujetos a valorarse de manera de que formen parte del costo general de la operación de crédito. Dentro de estos costos adicionales se encuentran:

1. Los costos de procesar devoluciones extras de mercancía de clientes de crédito. Comúnmente la cantidad de devoluciones de clientes de crédito excede de las de clientes de contado. Estas devoluciones con frecuencia traen consigo rebajas que se hacen necesarias, bien por la condición de la mercancía o por la época del año en que se efectúa la devolución.
2. El costo de procesar entregas extras de mercancía. Comúnmente el cliente de crédito requiere que se-

le entregue la mercancía en su casa, con mayor frecuencia que lo que requiere el cliente de contado.

3. Los costos de mantener un inventario un poco más-elevado de lo normal obligado por la mercancía -- adicional en manos de clientes de crédito destinada a devolverse a la tienda.

En la práctica, la dificultad de poder aislar y - medir costos de la naturaleza de los comentados anteriormente, nos lleva a una seria conclusión. La - gran mayoría de empresas (y esto incluye a la empresa fuerte con registros y equipo sofisticado) desconoce el costo real de operar a crédito, lo cual necesariamente resultará en una operación cuyos resultados pueden ser falsos o distorsionados pudiendo la - empresa encontrarse, en un momento dado, en situación financiera difícil al no operar con los márgenes adecuados requeridos para tener una posición sólida y - poder continuar prestando el servicio de vender a -- crédito. Una contracción en el crédito, por leve -- que ésta sea, tendrá graves repercusiones no sólo en la economía del país sino en la economía del individuo, teniendo una mayor incidencia en consumidores - de menores recursos al verse éstos marginados de una actividad de crédito restringida.

En mercados cada vez más competidos donde sólo -- podrá sobrevivir quien cuente con una mayor eficien-

cia en la operación, se hace absolutamente necesario — conocer a fondo elementos como los que hemos comentado, elementos que por su naturaleza con frecuencia han sido ignorados, pudiéndose en determinadas circunstancias — presentar cuadros financieros que sean base de toma de decisiones cuya gravedad sea irreparable? (1)

C. Clasificación del crédito.

En muchos de los grandes negocios las ventas se — efectúan utilizando diversas formas de crédito conoci— das, a continuación haremos referencia brevemente de — algunas de estas formas de crédito, ya que, hasta el mo— mento no existe una clasificación específica uniforme — del crédito, por lo que se puede hablar de diferentes — clases del mismo, según sea el tipo de transacción cre— diticia que se establezca:

1. El crédito por su finalidad puede ser: crédito a la — producción y crédito al consumo.
2. El crédito en cuanto a los sectores económicos que — abarca puede ser: crédito público y crédito privado.
3. El crédito en cuanto al plazo que se otorga puede — ser: crédito a corto plazo y crédito a largo plazo.

(1) Revista Contaduría Pública, mayo 1976. Pag. 30-31.
Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

De acuerdo con la finalidad, con el sector económico al que pertenece y al plazo de otorgamiento tenemos las siguientes clases de crédito :

- a) Crédito de Inversión.- " Es el que se obtiene mediante la compra de bonos por individuos, aseguradoras, bancos y otras financieras. Es la colocación de fondos en empresas productivas para lograr una ganancia. Además, la venta de bonos provee de fondos a las empresas que lo emiten, para adquirir a largo plazo activos como terrenos, edificios y equipos." (2)
- b) Crédito Comercial o Industrial.- " Es el proporcionado a las empresas por otras, no financieras, para la compra por las primeras de productos, materias primas o servicios que después a su vez se utilizan en alguna forma -- por los acreditados en la fase de distribución, antes de llegar al consumidor final." (3)

(2) Richard P. Ehinger y David E. Golieb.

Appud.

El Crédito a la Pequeña y Mediana Industria.

(Seminario de Investigación Contable 1979).

Avila Rangel, Brindis Molina y Zamorano Angeles. Pag.19

(3) Centro de Estudios Superiores de Mercadología y Administración.

Appud.

El Crédito a la Pequeña y Mediana Industria.

(Seminario de Investigación Contable 1979).

Avila Rangel, Brindis Molina y Zamorano Angeles. Pag.20

- c) **Crédito Bancario.**- " Es el proporcionado a las empresas por los bancos e instituciones financieras, en préstamos a corto plazo, que son usados para el financiamiento de las operaciones normales de las empresas (préstamos directos), o en créditos de habilitación o avío, en créditos refaccionarios a largo plazo, para cubrir necesidades de mayor envergadura." (4)
- d) **Crédito Público o Gubernamental.**- " Es el obtenido por los Gobiernos Federal, Estatal y Municipales, para financiar sus actividades, además de su ingreso fiscal, a través de la venta de bonos al público y a las instituciones financieras, tanto locales como foráneas. Los bonos pueden ser colocados para fines específicos como escuelas, obras de infraestructura, o para objetivos generales, como el aumentar los ingresos fiscales." (5)

(4) Centro de Estudios Superiores de Mercadología y Administración.

Appud.

El Crédito a la Pequeña y Mediana Industria.

(Seminario de Investigación Contable 1979).

Avila Rangel, Brindis Molina y Zamorano Angeles. Pag.20

(5) El Crédito a la Pequeña y Mediana Industria.

(Seminario de Investigación Contable 1979).

Avila Rangel, Brindis Molina y Zamorano Angeles. Pag.22

e) **Crédito Individual o al Consumidor.**— Este crédito es el que proporcionan las instituciones bancarias y financieras en forma de préstamos en dinero a individuos. También lo otorgan establecimientos comerciales en la venta al consumidor, así como las financieras en la forma de pagos en abonos. Realmente mediante esta clase de operaciones es como se proporciona al consumidor una capacidad de compra.

Dentro de esta última clase de crédito tenemos la siguiente subclasificación:

- Crédito en cuenta corriente.
- Crédito en ventas por sorteo.
- Crédito en ventas en abonos.

Crédito en cuenta corriente.— Consiste en que el vendedor haga una anotación en la cuenta de su cliente por cada operación que se celebre hasta completar el monto del crédito concedido. No existe un límite de crédito fijo bajo la forma de crédito en cuenta corriente, por lo general el límite de vencimiento es de 30 días, pero esto no descarta la posibilidad de conceder crédito a 60 ó 90 días para el pago sin cargos adicionales, por lo que, el límite de crédito varía de acuerdo con la política crediticia de la-

empresa de que se trate.

La tarjeta de crédito es una variación de la cuenta corriente y su uso se ha extendido tanto en forma nacional como internacional.

Empresas como Sears Roebuck de México, --- S.A. de C.V., Operadora Suburbia, S.A. de C.V., Liverpool de México, S.A. de C.V., etc., otorgan crédito mediante la expedición de una tarjeta de crédito personal e intransferible que deberá firmar solamente el usuario para fines de identificación necesaria en cada operación que realice.

La empresa solamente venderá la mercancía solicitada por el cliente a pagar en parcialidades, previa presentación de dicha tarjeta y la suscripción del pagaré respectivo.

Crédito en ventas por sorteo.- Las ventas por sorteo consisten en dar facilidades a la clientela para comprar, permitiéndoles cubrir el importe del bien, en pequeños pagos adelantados, solo que el cliente no puede disponer de los artículos adquiridos, sino hasta haberlos cubierto por completo. Por esta razón el vendedor ofrece como ventaja adicional para sus clientes, una serie de bonificaciones que se distribuyen por medio de tantos sorteos ---

como número de pagos deban hacer los clientes. A cada agraciado se le condona el saldo que -- adeude al momento del sorteo, pudiendo dispo -- ner desde luego de mercancías hasta por la can -- tidad total convenida.

Crédito en ventas en abonos.- Este crédito es -- la venta de bienes a plazos en la que el com -- prador adquiere la propiedad del bien, con un -- pago inicial generalmente de poca cuantía deno -- minado enganche y posteriormente saldará su -- deuda con una serie de pagos periódicos que -- normalmente son de igual monto. En esta clase de ventas el comprador adquiere la propiedad -- del bien, por lo que puede usar y disfrutar -- del mismo, más no puede disponer de él vendi -- endolo, sólo hasta la terminación de la deuda -- contraída en abonos.

Hasta este momento hemos visto que existe una -- gran variación de empresas que otorgan crédito, ya -- sea en la compra de terrenos, casas, condominios, -- muebles, artículos de línea blanca, financiamiento -- de viajes, automóviles, etc., manifestandose en sus -- distintas modalidades.

Para efectos de nuestro estudio enfocaremos — nuestra atención al sistema de ventas a plazos, — comúnmente llamadas en abonos, de un almacén co — mercial de bienes muebles.

Las ventas en abonos se diferencian de las de — más clases de créditos al consumidor en lo si — guiente:

- Desde el momento en que se pacta la opera — ción existe la compra del bien a plazos, no — hay opción a arrendar o a comprar al final — de determinado tiempo transcurrido, como en — el caso del arrendamiento financiero que más — adelante trataremos.
- Se da la entrega material del bien para que — inmediatamente se pueda usar y disfrutar, — en el caso de las ventas por sorteo, la en — trega del bien se adquiere hasta que se haya — pagado el último abono.
- En las ventas en abonos se requiere terminar — de pagar el total del precio de un bien, pa — ra poder adquirir otro. En las ventas a cré — dito en cuenta corriente se puede obtener — uno o varios artículos en forma simultánea.

En la práctica de las ventas en abonos, — éste último punto tiene sus excepciones debi — do a que los clientes son los que dan la —

pauta para otorgarles nuevos y mayores créditos o negárselos en base al cumplimiento de las condiciones establecidas al pactar la operación en abonos. También incluyen las políticas crediticias que tengan establecidas en la empresa de que se trate.

2. Antecedentes de las Ventas en Abonos.

Los antecedentes que a continuación se mencionan fueron tomados del Manual de Contador W.A. Paton (Pag. -- 1 333.), debido a que la investigación que se realizó en la Secretaría de Programación y Presupuesto (Subdirección de Estadística), así como en la Cámara de Comercio no se encontró ningún dato específico como antecedente de las ventas en abonos.

El enorme crecimiento de las ventas a plazos a partir del año de 1921 y su extensión a tantos de los negocios, no sólo ha despertado el interés público sino también ha originado muchas preocupaciones. Durante -- los últimos años se han hecho bastantes investigaciones y reconocimientos en este sistema de ventas a plazos.

En un estudio hecho por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, en el Año de 1927 que abarca -- las operaciones de 440 grandes almacenes, se descubrió que el negocio de ventas en abonos alcanzaba una im-- portancia superior al 6% del total en los últimos años,

se calcula según estudios, que el 15% de las ventas - al por menor representan negocios de ventas a plazos.

" En México, en la década de los setentas, algunas empresas adoptaron el método de ventas en abonos para registrar la utilidad proveniente de ventas a crédito, lo que les permitió diferir el impuesto sobre la renta y la participación de utilidades a los trabajadores y mejorar su flujo de caja, ayudándose de éste modo a combatir los efectos de la inflación que sufrió el país en dichos años." (6)

En la actualidad el sistema de vender automóviles, utensilios domésticos y otras muchas clases de mercancías, como un plan de ventas a plazos ha aumentado con siderablemente.

"El entusiasmo que se observa en algunas partes para usar el sistema de ventas a plazos o en abonos parciales no está justificado, particularmente en las operaciones ordinarias de compraventa de mercancías. Este método requiere una organización especial en libros, auxiliares y procedimientos, y un aumento considerable de trabajo, si es que se desea un control exacto." (7)

(6) Boletín de " El Método de Ventas en Abonos." de Mance ra Hermanos. Pag. 6.

(7) Manual del Contador W.A. Paton. Pag. 283.

Para la adopción del sistema de ventas a plazos es necesario un estudio para evaluar las ventajas o desventajas que ocasionaría, repercusión financiera, así como posición de la empresa ante las leyes imperantes del país en donde se encuentre.

3. Características Generales de las Ventas en Abonos.

Concepto.- El sistema de ventas en abonos podemos definirlo como el contrato de enajenación de bienes a plazos, mediante el cual el comprador adquiere la propiedad del bien, con un pago inicial generalmente de poca cuantía denominado enganche y posteriormente sal dará su cuenta con una serie de pagos periódicos que normalmente son de igual monto.

En este sistema de ventas en abonos, la ley trata de proteger los intereses del vendedor, ya que recibido el pago inicial por parte del comprador queda en descubierto el saldo pendiente y cuyo riesgo se acentúa más cuando el motivo de la venta está representado por bienes no identificables. Para formalizar lo anterior se hace firmar al comprador un contrato de compraventa con reserva de dominio, por medio del cual se faculta al vendedor a recoger el bien vendido en caso de que el comprador deje de liquidar uno o varios de los abonos convenidos.

"Este contrato en realidad equivale a un arriendo que estipula una venta condicional de los artículos si se hacen todos los pagos convenidos en el contrato y cuando se hayan hecho." (8)

Existe otra especie de contrato de compraventa — que se conoce como contrato "Leasing". Sin embargo, es muy diferente a una venta en abonos, por lo si — siguiente:

Contrato Leasing.— Es un acuerdo bilateral en el que una parte llamada arrendador financiero cede a otra persona el uso y disfrute de una cosa mediante un precio determinado (renta o alquiler financiero). No se exceptuará la transmisión del bien objeto del contrato hasta en tanto no se haya cubierto la totalidad del precio, el cual se hace en pagos sucesivos durante un cierto tiempo.

Esto es, que se permite al arrendador recuperar — con las rentas convenidas en un plazo determinado el costo total del activo arrendado más el interés del capital invertido, de manera que las mensualidades — cubran estos dos conceptos.

La diferencia entre ambos contratos, estriba principalmente en que el Arrendamiento Financiero tiene opción a compra al final del contrato o la opción de continuar arrendando, y en las ventas en abonos nece
(8) Manual del Contador W.A. Paton. Pag. 1 334.

sariamente se realiza una compra a plazos, no existe opción alguna.

En las ventas en abonos el vendedor puede exigir documentos de crédito a los compradores. Esto es, - que el comprador además de firmar el contrato de - compraventa con reserva de dominio, firme documentos de crédito, cuando se trata de la venta de ciertos artículos que representan un cierto valor de - importancia.

Comúnmente las empresas acostumbran documentarse con una serie de pagarés, cuyo número e importe se especifican en el contrato de compraventa, y en los cuales a su vez se hace mención de dicho contrato. Cada uno de los abonos está cubierto por un pagaré, cuyo vencimiento es la fecha de cada plazo.

Aún cuando se haya aceptado el crédito del comprador por la solvencia económica que posee, existe la posibilidad de que no pague uno o varios de los abonos convenidos. Por esta razón el vendedor considera los documentos (pagarés) como una posibilidad de pago, es decir una promesa futura e incondicional de que se va a efectuar el pago de una suma determinada de dinero.

También es costumbre que en el pagaré se estipulen intereses, cuyo monto generalmente, se calcula a base de un porcentaje determinado, aplicable al saldo insóluto por todo el tiempo en que el vendedor haya concedido de plazo al comprador para liquidar la operación. En la letra de cambio se tendrá por no escrita cualquier estipulación de intereses y como no está subordinada a ningún contrato más que al de cambio, al expedirla paralelamente a un contrato de compraventa — con reserva de dominio significaría una doble obligación para el comprador.

4. Pasos Para Poder Pactar la Operación de Ventas en Abonos.

Para poder pactar la operación de ventas en abonos es necesario un acuerdo de ambas partes, esto es que el comprador se obligue a pagar un precio cierto y el vendedor se obligue a transferir la propiedad de una cosa, basado en la confianza que deposita en el comprador, de esta manera se establece el importe a pagar y la forma de hacer cada uno de los cobros.

Esta forma de venta la realizan los llamados abonos, los cuales pueden investigar o no si la persona es de fiar. Al pactar la operación de la venta en abonos no se requiere de llenar una solicitud de crédito ni de llevar a cabo una investigación más profunda para conocer la solvencia del individuo, ni tiene

que ser autorizada dicha solicitud de crédito por -
persona o departamento encargado de ello. A este -
simple acuerdo de ambas partes, donde el vendedor -
deposita su confianza en el comprador con una promesa
periódica y futura de pago, donde solo es necesa
rio que exista la compra del bien a plazos, esto es
que el comprador adquiera la posesión, uso, goce y-
disfrute del bien, mas no el dominio del mismo, se-
le conoce como ventas en abonos.

Debido al desarrollo del mundo de los negocios, -
la administración de las empresas pasa a manos de -
profesionales con la preparación y la experiencia -
necesarias para llevar a las empresas a un mejor --
fín que los empresarios, utilizando las nuevas téc-
nicas de administración y control, en las empresas-
que realizan ventas en abonos surge la necesidad de
tener un mejor control de las operaciones realiza -
das por lo que se siente necesario que una persona-
o departamento específico (crédito y cobranza), lle-
ven a cabo una serie de pasos que van a permitir --
pactar la operación de ventas en abonos en forma --
más eficiente.

Comúnmente las empresas para poder efectuar una-
venta en abonos solicitan del posible comprador cum-
plir con una serie de pasos que le van a servir a -
la empresa para investigar, analizar y evaluar la -

capacidad de pago del solicitante, de esta manera -- podrá decidir si autoriza o rechaza la posible venta en abonos.

A continuación analizaremos los pasos que generalmente se siguen para pactar la operación de ventas en abonos:

- a) Elaborar una solicitud de crédito.
- b) Llevar a cabo una investigación de crédito.
- c) Concesión o autorización de la venta.

a) Solicitud de Crédito.- Primeramente el posible comprador deberá proceder al llenado de una preforma de pedido o solicitud de crédito, donde el vendedor obtendrá una serie de datos que le van a servir para conocer la identificación del artículo deseado, así como la forma de pago, contendrá los antecedentes del futuro cliente en el aspecto comercial y bancario, así como en su moralidad.

Los datos que contiene la solicitud de crédito varían, dependiendo de la política de crédito establecida en la empresa de que se trate.

Generalmente los datos contenidos en toda solicitud de crédito, por su importancia son:

- Crédito Solicitado.- descripción del artículo solicitado, cantidad o importe y forma de pago.

- Referencias Personales.- Nombre, edad, domicilio, teléfono, personas que dependen de él.
- Comprobante del Salario que Percibe.- Es necesario que el comprador perciba un ingreso mínimo (salario mínimo de la zona económica de que se trate).
- Referencias donde el comprador presta sus servicios.- Razón social, dirección, teléfono, departamento al que pertenece, puesto que ocupa dentro de la empresa, antigüedad, etc.
- Referencia Comercial y recomendaciones personales del comprador.
- Aval.- Con objeto de garantizar la operación de compraventa y con el fin de correr el menor riesgo posible.

A la empresa otorgante del crédito le da mayor confianza que el comprador disponga de referencias comerciales, tenga cierta antigüedad en su trabajo y domicilio, esto trae como consecuencia una ampliación del crédito solicitado en algunos casos.

A continuación se presenta una preforma de pedido o solicitud de crédito de una empresa que realiza operaciones en abonos.

CIA. A. G. S. MERCANTIL, S. A.

24

ART. 125 No. 40-D TELEFONO: 10-08-69 MEXICO 1, D. F.

PRE-FORMA DE PEDIDO

FECHA _____
No. _____

Señor (a) _____

Domicilio _____ Teléfono _____

Entre la calle _____ y la calle _____

Colonia _____ Ciudad _____

Forma de pago _____

No. de Pza.	MODELO	ARTICULOS	IMPORTE

La **CIA. A. G. S. MERCANTIL, S. A.**, no
reconocerá ninguna entrega de **DINERO**
O MERCANCIA a nuestros agentes, sin el
recibo oficial de caja

Total Contado, \$ _____

_____ \$ de interés sobre de \$ _____ \$ _____

Cobranza \$ _____ por Documento Reintegrable pagando en la oficina el día de su vencimiento o antes. \$ _____

FORMA DE PAGO Total Neto \$ _____

Enganche _____ \$ _____

Pagos \$ _____ c/u a partir del _____ de _____ \$ _____

Pagos de _____ \$ _____

\$ _____

NOTAS: Precios sujetos a cambio sin previo aviso. Este pedido está sujeto a aceptación. Esta casa no reconocerá ningún arreglo verbal que se tenga con el agente; todo deberá aparecer en pre-forma. Esta casa no reconocerá ninguna entrega hecha en efectivo a nuestros agentes, hasta no ser expedido el correspondiente recibo de nuestro departamento de CAJA. Todos los cheques deberán expedirse a nombre de esta Compañía. Cualquier cantidad que se reciba al firmarse el presente pedido, se entenderá que se recibe en calidad de arras y la casa no está obligada a reembolsarla.

FIRMA DEL VENDEDOR

PEDIDO SUJETO A APROBACION

FIRMA DEL CLIENTE

Deberá llenarse cuidadosamente los datos — que se requieren en la solicitud de crédito, — así como también, tratar de que la información obtenida se acerque lo más posible a la realidad, porque posteriormente se investigará al futuro comprador para comprobar la veracidad o falsedad de los datos proporcionados.

- b) Investigación de los Créditos.— Una vez que se ha elaborado la solicitud de crédito, el departamento de crédito y cobranza o la persona encargada de ello, deberá investigar al futuro comprador para verificar la información contenida en la solicitud. De esta manera, mediante un análisis de los resultados obtenidos en la investigación se determinará si el solicitante cubre los requisitos indispensables y satisfactorios para que se le pueda otorgar crédito.

La investigación se puede realizar de distintas formas, las más comunes son:

- Investigación Personal.— Consiste básicamente en visitar el domicilio del futuro comprador para poder observar en forma directa como vive, cuales son los bienes que posee, — etc., de esta manera se tendrá una impresión más acertada a la realidad sobre su solvencia económica, con lo que se evitarán malas-

impresiones e interpretaciones de información obtenida a través de otros medios.

- **Investigación Telefónica.**- La investigación telefónica puede prestarse a malas interpretaciones de la información que se obtiene, debido a que en muchas ocasiones la información puede ser falsa o distorsionada por un mal conocimiento de información de la persona de quién se solicita, por error o por negligencia de la persona que proporcione la información. Sin embargo una investigación telefónica podrá ser realizada como complementaria a la visita del investigador para ampliar o concretar situaciones claves dentro de la investigación.
- **Investigación por Correo.**- Este medio de investigación no se considera confiable ya que muchas veces o no se contesta por fallas en el correo o por negligencia de los informadores, o es contestada sin darle la importancia que requiere, además este método de investigación es muy tardado, no permite la rapidez en los trámites que requieren, por lo que muchas veces una futura venta se puede perder.
- **Empresas Investigadoras.**- Existen empresas investigadoras a las cuales se recurre comúnmente, cuando el volumen de las investigacio-

nes es de tal importancia que, hace imposible que sean realizadas por el departamento de -- crédito y cobranza o por la persona encargada de ello.

Las empresas investigadoras pueden prestar los siguientes servicios entre otros:

- Protegen las cuentas por cobrar contra la-- morosidad o la insolvencia del deudor, ase-- gurando la cobranza a través de la adquisi-- ción de una póliza de seguro de crédito.
- Garantizan la recuperación de los créditos, evitando grandes trastornos por desviacio-- nes de la cartera.
- Analizan los sistemas de crédito y cobranza, así como la solvencia de los futuros compra-- dores.
- Pueden ayudar en la ampliación de sus lí -- neas de crédito y de sus mercados, ya sean-- de exportación o internos.

Estos son sólo algunos de los servicios -- que pueden prestar las empresas investigado-- ras, a través de la investigación, análisis, -- diagnóstico y ejecución de la actividad rea-- lizada con el fin de proporcionar información que pueda servir como base para la toma de -- decisiones que reflejarán en el futuro la ob--

tención de mejores resultados para la empresa que solicita sus servicios.

Una vez que el departamento de crédito y cobranza ha verificado la información del futuro cliente, por medio de la investigación de crédito se procederá a analizar los resultados obtenidos para determinar si se otorgará el crédito solicitado, así como también el establecimiento de un límite de crédito, o en su caso la no aprobación del mismo para el cliente por carecer de los elementos de satisfacción para el otorgamiento del crédito.

- c) Concesión o Autorización de la Venta.- Todos los pedidos de mercancía solicitados por los futuros clientes deberán ser turnados al departamento de crédito y cobranza para su debida autorización.

Cuando el departamento de crédito y cobranza haya rechazado o aceptado crédito a un nuevo cliente, deberá informar al departamento de ventas, el límite de crédito que se le ha otorgado al solicitante, para saber a que cantidad podrá ascender el monto del pedido que pudiera efectuar con dicho cliente.

Cuando la solicitud es rechazada, se le debe informar al solicitante, en una forma muy especial y sobre todo diplomática para

cuidar la imagen de la empresa, no hay que olvidar que si hoy no se le pudo otorgar crédito a un cliente, quizá en un futuro pueda ser un cliente para la empresa.

Es importante mencionar que una vez que se ha autorizado la venta de un bien en abonos, de acuerdo con la experiencia obtenida al término de dicha venta, se puede autorizar la solicitud de crédito del mismo cliente en la adquisición de otro bien, dadas las referencias anteriores, sin llevar a cabo otra investigación de crédito. Sin embargo puede suceder que cada que se solicite una venta en abonos se lleve a cabo la investigación de crédito para analizar la solvencia actual del futuro cliente, independientemente de las veces en que haya adquirido bienes a la empresa. Esto depende básicamente de la política crediticia de la empresa de que se trate.

Ya que ha sido pactada la operación de la venta empieza la completa recuperación de los créditos concedidos. Dicha actividad puede estar designada a un departamento o persona en especial que se va a encargar de la cobranza de los pagos parciales. Este departamento o persona debe ser lo más eficiente

te que se pueda para garantizar la funcio—
nalidad del sistema de ventas en abonos en cuan—
to al control de los cobros, para tener infor—
mación oportuna de las cuentas vencidas, así—
como proporcionar la información para determi—
nar las condiciones de venta que sean más ade—
cuadas y esten de acuerdo a las políticas cre—
diticias de la empresa.

El objeto de las ventas en abonos es lo —
grar un aumento en el volumen de las operacio—
nes, y a través de un eficiente control de —
éstas se pueda obtener la completa recupera—
ción de los créditos concedidos, tendiente a—
incrementar las utilidades de la empresa.

Este método también representa una ventaja
para el consumidor ya que puede obtener la —
posesión de un bien para satisfacer sus nece—
sidades a través de un pequeño enganche y co—
modas mensualidades que podrá pagar de acuer—
do con su presupuesto.

5. Elementos de las Ventas en Abonos.

En las ventas en abonos podemos identificar los —
siguientes elementos:

- a) Enganche.
- b) Plazo para otorgar el crédito.
- c) Tasa de Interés.

a) Enganche.- El enganche exige por lo general un pago de contado por parte del comprador para - poder pactar la operación de ventas en abonos. Es el primer pago que realiza el comprador al- vendedor, siendo generalmente de poca cuantía, sin embargo el monto del enganche es variable, puede ser alto, bajo o puede pactarse la ope - ración sin enganche, puede ser en efectivo, en especie o en ambos, todo depende de la políti - ca crediticia de la empresa de que se trate.

Comúnmente las empresas acostumbran pedir - un 10% del importe total del bien adquirido co mo enganche, cuando se trata de la apertura de créditos nuevos. Cuando se trata de clientes - con buenas referencias (porque ya han compra - do con anterioridad y sus pagos han sido pun - tuales) no es necesario que den el enganche - para poder pactar la operación.

Existen diferentes criterios para estable - cer el monto del enganche requerido en una ope - ración de venta en abonos. Un enganche eleva - do, podría pensarse que sería el más favorable para el vendedor, porque recuperaría rápidamen - te gran parte del total de la operación y el - saldo a pagar en parcialidades sería en un pe - ríodo relativamente corto, sin embargo el com - prador de bienes en abonos puede no reunir el-

dinero necesario para pagar el enganche requerido, (debemos recordar que generalmente es un pago de contado) perdiéndose la esencia de las ventas en abonos.

Las ventas en abonos tienen la ventaja de poder satisfacer las necesidades de los compradores en forma inmediata, a través de un cómodo enganche y pagos periódicos que puedan reunirse con facilidad de acuerdo con su presupuesto.

La competencia es un factor importante que no debe perder de vista el vendedor, ya que un enganche elevado ocasionaría una reducción importante en el monto de las operaciones realizadas.

De lo anteriormente expuesto podemos resumir que el enganche es el primer pago de contado que hace el comprador al vendedor, para pactar la operación de ventas en abonos éste pago generalmente debe ser de poca cuantía, se debe tomar en cuenta la competencia del ramo de que se trate, así como, las políticas crediticias establecidas en la empresa.

- b) Plazo para otorgar el Crédito.- El plazo que se maneja en el otorgamiento de crédito es variable, dependiendo del monto del artículo so-

licitado por el cliente y de la política crediticia de la empresa de que se trate. Comúnmente las empresas acostumbran fijar un plazo de 13, 15 y 18 meses para pagar, debido a que el Código Fiscal de la Federación, en la definición de enajenaciones a plazo, establece que se consideran como tales, cuando el plazo exceda de 12 meses. Otras empresas llegan a un acuerdo con el cliente, considerando su margen de ingresos para pagar los abonos. El vendedor deberá decidir el pago periódico mínimo que estará dispuesto a aceptar, así como el plazo máximo para liquidar la deuda. Por lo que el plazo para pagar estará en función del monto de las parcialidades, así como de las fechas de los pagos en las que el comprador reciba su salario, y sea semanal, quincenal o mensual.

- c) Tasa de Interés.- En lo referente a la tasa de interés el Código Civil, nos dice que está permitido estipular interés, ya sea legal o convencional.

"Art. 2395.- El interés legal es el nueve por ciento anual. El interés convencional es el que fijen los contratantes y puede ser mayor o menor que el interés legal; pero cuando el interés sea tan desproporcionado que haga fundadamente creer que se ha abusado del apuro pecunia

rio, de la inesperienza o ignorancia del deudor, a petición de éste el juez, teniendo en cuenta las especiales circunstancias del caso, podrá reducir equitativamente el interés hasta el tipo legal."

Es común que la tasa de interés sea igual al C.P.P. (costo porcentual promedio), que fije el Banco de México, además existe un porcentaje de aumento que es variable por gastos de investigación, cobranzas, quebrantos derivados de cuentas incobrables y de administración de crédito, de acuerdo con la política crediticia de la empresa de que se trate.

En las ventas en abonos se calcularán los intereses sobre el precio de contado menos el enganche que se hubiere pactado.

El artículo 25 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece "Que los intereses se causarán, exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado, sino únicamente por períodos vencidos.

Cualquier estipulación en contrario a lo dispuesto en este artículo no producirá efecto alguno entre las partes."

6. Ventajas y Desventajas de las Ventas en Abonos.

Las ventas en abonos como en todo sistema de ventas, presentan ventajas y desventajas que analizaremos a continuación:

Ventajas:

- El método de ventas en abonos permite diferir el Impuesto Sobre la Renta y la participación de las utilidades de los trabajadores, obteniendo un ahorro de efectivo importante.
- Promueve y aumenta las ventas y en consecuencia las utilidades de la empresa, (siempre y cuando exista un adecuado sistema de cobranzas).
- El método de ventas en abonos permite satisfacer las necesidades del comprador que requiera de una estufa, un comedor etc., adquiriendo la posesión del bien con un pago inicial y obligándose a cubrir el resto con una serie de pagos periódicos.

Si adquiriera dicho bien por medio de una venta al contado le representaría un desembolso fuerte de momento y su economía podría verse seriamente afectada.

- El método de ventas en abonos en forma indirecta fomenta el ahorro, quien haya adquirido un bien en abonos hará un presupuesto de sus ingresos para hacer una adecuada distribución de los mismos, en los cuales necesariamente tendrá que incluir el abono que corresponda al bien adquirido.

Desventajas:

- Desde el punto de vista de la empresa, este sistema trae consigo, el peligro de que aumenten las cuentas malas o de cobro dudoso.
- Las empresas incurren en una gran cantidad de gastos inherentes a la función de vender a plazos.
- Las cancelaciones de contratos representan pérdidas para la empresa motivadas por la depreciación de los artículos devueltos, independientemente de los pagos que haya efectuado el cliente durante el tiempo que haya tenido el bien en su poder.
- La empresa puede sufrir pérdidas según las fluctuaciones monetarias del futuro.

CAP. II. DISPOSICIONES LEGALES SOBRE LAS VENTAS EN ABONOS.

1. Introducción:

Dada la naturaleza de las ventas en abonos y a fin de señalar los derechos y obligaciones que los contra tantes adquieren al efectuar este tipo de operaciones, nuestra legislación a través de las distintas disposi ciones las reglamenta.

Es importante considerar que las disposiciones le- gales aplicables a las ventas en abonos aquí tratadas se refieren a las que están en vigor (1983).

2. Código Fiscal de la Federación.

Al Código Fiscal de la Federación en su artículo - 14, se adicionaron cuatro párrafos subsecuentes a la- fracción séptima del mismo. Esta adición entró en vi gor a partir del primero de enero de 1983, y contiene la definición de ventas en parcialidades o en abonos, concepto que desaparece de la Ley del Impuesto Sobre- la Renta y de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Los cuatro párrafos adicionados al artículo 14, -- del Código Fiscal de la Federación establecen lo si - guiente:

" Se entiende que se efectúan enajenaciones a pla- zo con pago diferido o en parcialidades, cuando el -- plazo exceda de 12 meses y se difiera más de la mitad

del precio para después del sexto mes."

" Tratándose de enajenaciones que se efectúen con clientes que sean público en general, bastará que se difiera más del 35% del precio para después del sexto mes para poder considerarlas como enajenaciones a plazo con pago diferido o en parcialidades, siempre que el plazo exceda de 12 meses. No se considerarán enajenaciones al público en general cuando en la documentación comprobatoria se traslade en forma expresa o por separado el impuesto al valor agregado."

" Se considera que la enajenación se efectúa en territorio nacional, entre otros casos, si el bien se encuentra en dicho territorio al efectuarse el envío al adquirente y cuando no habiendo envío, en el país se realiza la entrega material del bien por el enajenante."

"Cuando de conformidad con este artículo se entiende que hay enajenación, el adquirente se considerará propietario de los bienes para efectos fiscales."

3. Código de Comercio.

Todo contrato de compraventa puede tener un carácter civil o un carácter mercantil. Es civil cuando no hay espíritu de lucro ni constituye una actividad habitual del vendedor, pero cuando la venta se realiza por comerciantes esto es, con el fin de lucro -

la ley aplicable es el Código de Comercio que se encarga de regular los actos comerciales y como las ventas en abonos se encuentran respaldadas por un contrato de compraventa, le son aplicables las siguientes disposiciones contenidas en el artículo 78 y en el artículo 371.

"Art. 78. En las convenciones mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que parezca que quiso obligarse, sin que la validez del acto comercial dependa de la observancia y formalidades o requisitos determinados."

"Art. 371. Serán mercantiles las compraventas a las que éste Código les de tal carácter, y todas las que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar."

Estos dos artículos aclaran que un contrato mercantil es válido desde el momento que las partes se ponen de acuerdo en las condiciones en que van a llevar a cabo la operación, manera y plazo en que se va a entregar la mercancía, si es que no se entrega en seguida. También hace referencia en que en toda compraventa en que se persigue fin de lucro será considerada como una actividad mercantil.

Es conveniente aclarar que el Código Civil suple al Código de Comercio de acuerdo con el texto de éste último que dice:

" A falta de disposiciones de éste Código, son -- aplicables a los actos comerciales las de derecho co mún."

Entendiendo por derecho común las disposiciones -- que estipula el Código Civil.

4. Código Civil.

El Código Civil reglamenta las ventas en abonos -- cuando la operación se pacta a través de un contrato de compraventa en abonos. El artículo 2248, nos dice " que habrá compraventa cuando uno de los contra -- tantes se obliga a transferir la propiedad de una co -- sa o de un derecho y el otro a su vez se obliga a pa -- gar por ellos un precio cierto y en dinero."

Hemos dicho, que el vendedor al pactar la opera -- ción de venta en abonos, en el momento de recibir el pago inicial (enganche) por parte del comprador queda en descubierto por el saldo pendiente. Para formalizar lo anterior y proteger sus intereses el ven -- dador hace firmar al comprador un contrato de compra -- venta en abonos.

Existen dos modalidades en el contrato de compra -- venta en abonos que son: Contrato de Compraventa en Abonos con Cláusula Rescisoria y Contrato de Compraventa en Abonos con Cláusula de Reserva de Dominio.

A. Contrato de Compraventa en Abonos con Cláusula Rescisoria.

Cuando el contrato de compraventa en abonos — tiene inserto en su texto la cláusula rescisoria, tanto el vendedor como el comprador se encuentran respaldados por ella, ya que cuando una de las — partes contratantes no cumple en forma parcial o total con sus obligaciones, la parte afectada podrá pedir la anulación del contrato de compraventa.

Esta cláusula se encuentra respaldada por los siguientes artículos:

" Art. 2310. La venta que se haga facultando — al comprador para que pague el precio en abonos — se sujetará a las reglas siguientes:

- Si la venta es de bienes inmuebles, puede — pactarse que la falta de pago de uno o va — rios abonos ocasionará la rescisión de con — trato. La rescisión producirá efectos con — tra tercero que hubiere adquirido los bienes de que se trata, siempre que la cláusula res — cisoria se haya inscrito en el Registro Pí — blico;
- Si se trata de bienes muebles, tales como — automóviles, motores, pianos, máquinas de co — ser u otros que sean susceptibles de identi — ficarse de manera indubitable, podrá también

pactarse la cláusula resolutoria de que habla la fracción anterior, y esa cláusula producirá efectos contra tercero que haya adquirido los bienes, si se inscribió en el Registro Público;

- Si se trata de bienes muebles que no sean susceptibles de identificarse indubitadamente - y que por lo mismo, su venta no pueda registrarse, los contratantes podrán pactar la rescisión de la venta por falta de pago del precio, pero esa cláusula no producirá efectos contra tercero de buena fe que hubiere adquirido los bienes a que ésta fracción se refiere."

" Art. 2311. Si se rescinde la venta, el vendedor y el comprador deben restituirse las prestaciones — que se hubieren hecho; pero el vendedor que hubiere entregado la cosa vendida puede exigir del comprador por el uso de ella, el pago de un alquiler o renta — que fijarán peritos, y una indemnización, también — fijada por peritos, por el deterioro que haya sufrido la cosa.

El comprador que haya pagado parte del precio, — tiene derecho a los intereses legales de la cantidad que entregó.

Las convenciones que impongan al comprador obligaciones más onerosas que las expresadas, serán nulas."

Como ejemplo de éste último párrafo tenemos la -
Cláusula Penal que es la sanción monetaria en caso -
de incumplimiento del pago, esto es, simplemente --
una multa. La Legislación Mercantil prohíbe las --
Cláusulas Penales.

b. Contrato de Compraventa en Abonos con Cláusula de
Reserva de Dominio.

En las enajenaciones en abonos puede pactarse -
válidamente que el vendedor se reserve el dominio-
del bien enajenado hasta que el comprador haya pa-
gado el total del precio pactado.

Esto consiste en que el vendedor transmite al -
comprador la posesión, el uso y el disfrute, pero-
no transmite el dominio del bien, lo que significa-
que el comprador puede usar y disfrutar en su pro-
vecho el bien adquirido pero no puede disponer de-
el vendiéndolo.

Esta cláusula se encuentra respaldada por los -
siguientes artículos:

"Art. 2312. Puede pactarse válidamente que el -
vendedor se reserve la propiedad de la cosa vendi-
da hasta que su precio haya sido pagado.

Quando los bienes vendidos son los mencionados-
en las fracciones I y II del artículo 2310, el pag-
to de que se trata produce efectos contra tercero,
si se inscribe en el Registro Público; cuando los-

bienes son de la clase a que se refiere la fracción III del artículo que se acaba de citar, se aplicará lo dispuesto en esta fracción."

"Art. 2313. El vendedor a que se refiere el artículo anterior, mientras no se vence el plazo para pagar el precio, no puede enajenar la cosa vendida con la reserva de propiedad, y al margen de la respectiva inscripción de venta se hará una anotación preventiva en la que se haga constar esta limitación de dominio."

"Art. 2314. Si el vendedor recoge la cosa vendida porque no le haya sido pagado su precio, se aplicará lo que dispone el artículo 2311."

"Art. 2315. En la venta de que habla el artículo 2312, mientras que no pasa la propiedad de la cosa vendida al comprador, si éste recibe la cosa será considerado como arrendatario de la misma."

A continuación se ilustra un contrato de compraventa con reserva de dominio de una empresa comercial de bienes muebles:

Reg. Fed. Caus. AGS-440506 Cod. Emp. 071668 Cam. Nal. Com. 6705

Fecha

CONTRATO DE COMPRAVENTA CON RESERVA DE DOMINIO QUE CELEBRAN

Por una parte **CIA. A.G.S. MERCANTIL, S. A.**, con domicilio social en Artículo 123-No. 40-D 1 y 2, México 1, D. F., a la que en adelante se denominará "EL VENDEDOR" y por la otra el (la) señor(a)

NOMBRE FACTURA No.

DOMICILIO CONTRATO No.

COLONIA Z.P. CUENTA No.

y al que se llamará "EL COMPRADOR", debiendo regirse este contrato de acuerdo con las siguientes:

CLAUSULAS :

I.—El Vendedor vende y el Comprador compra para su uso particular, y a los precios descritos, los artículos que a continuación se especifican:

DESCRIPCION :	PRECIO CONTADO
_____	\$ _____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Total Contado	" _____
Agente: _____ Menos Enganche	" _____
Domicilio: _____ Saldo del Precio a pagar	" _____
Colonia: _____ Importe total de los intereses al	" _____
REG. FED. CAUS. del Agente: _____	" _____
_____ mensual calculados sobre saldos insolutos de esta última cantidad durante	" _____
_____ Estos intereses serán reducidos por pago anticipado, Cargos accesorios por concepto de gastos de investigación, cobranza, administración del crédito y quebrantos por cuentas incobrables	\$ _____
_____ Impuesto	" _____
TOTAL :	\$ _____

II.—El precio convenido para los bienes descritos en la Cláusula anterior es de \$..... M.N., cantidad que el "Comprador", se obliga a pagar al "Vendedor" en esta misma Ciudad de y en la forma siguiente: Al Contado y en el acto de firmar este Contrato la cantidad de: \$..... y el saldo de: \$..... en mensualidades de \$..... y de: \$..... a partir del de de 19.....

Los pagos anteriores serán comprobados mediante pagarés mensuales, foliados que el vendedor expida, debiendo contener: la fecha en que se efectúa, la firma, el sello de quien recibe el pago, número de factura, cuenta y pedido. Una vez liquidados los pagarés mensuales antes dicho que cubre el saldo de la operación, les será entregada la factura correspondiente, como constancia del cumplimiento de la obligación.

III.—Para los efectos señalados en el Artículo 28 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, las partes contratantes de común acuerdo fijarán el monto por el alquiler o renta y la indemnización por el deterioro normal de la cosa vendida o se nombrarán administrativa o judicialmente peritos o el corredor público titulado que intervenga. El Comprador tiene derecho de recibir en devolución, la cantidad pagada y sus intereses fijados en los términos de los artículos 22 y 28 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, previa la deducción que haga el vendedor del importe del alquiler o renta y la indemnización por el deterioro normal de la cosa vendida.

IV.—El Comprador, al firmar el presente Contrato, hace constar que RECIBE LOS ARTICULOS DESCRITOS A SU ENTERA SATISFACCION, DESPUES DE HABERLOS EXAMINADO DETENIDAMENTE, tanto en los elementos integrales, interiores y exteriores cuanto en sus cualidades aparentes, lo mismo que por medio de una prueba práctica o demostración en lo relativo a su buen funcionamiento y eficaz servicio para los usos a que se les destina.

V.—Por falta de pago puntual de dos o más mensualidades, ya sea porque el "Comprador", no haga el pago directamente al "Vendedor" o por que el "Vendedor" no logre el cobro de alguno de los pagos mencionados en la Cláusula II convienen las partes en que el deudor incurre en mora, en cuyo caso el "Vendedor" tendrá derecho a cobrar un interés moratorio de así como dar por vencida la obligación y por lo tanto, el "Vendedor" podrá exigir inmediatamente el pago total del adeudo o bien recoger los bienes a que se refiere la Cláusula I de este Contrato.

VI.—Ambas partes contratantes convienen expresamente en que el "Vendedor" se reserva la propiedad de la cosa vendida en los términos del artículo 2312 del Código Civil.

VII.—Los contratantes de conformidad con lo establecido en el Artículo 2315 del Código Civil aceptan y convienen en que el "Comprador" queda considerado como arrendatario de los bienes a que se refiere la Cláusula I de este Contrato, entretanto no haya pagado íntegramente su precio.

VIII.—De conformidad con la Cláusula VI de este Contrato el "Comprador" no podrá vender, subarrendar, prestar, enajenar, ni gravar en ninguna forma los bienes vendidos hasta que esté totalmente pagado su precio, corriendo por su cuenta el riesgo de la cosa, desde el momento de su entrega, por lo que, pagará en todo tiempo al "Vendedor" el precio de la misma, si ésta se perdiere.

IX.—Cuando se demande la rescisión o cumplimiento por mora del comprador en este Contrato de compraventa a plazo respecto del cual se haya cubierto más de la mitad del precio, el comprador podrá optar por la rescisión en los términos del artículo 29 de la Ley Federal de Protección al Consumidor o por el pago del adeudo vencido más las costas y gastos judiciales.

X.—El "Comprador" se obliga y compromete a mantener lo comprado en el mismo domicilio en el que le fue entregado, entretanto cubre el precio de la cosa, entendido de que por cambio de dichos bienes a distinto lugar sin previo aviso al "Vendedor" por embargo o por toma de posesión de un tercero, el "Vendedor" tendrá derecho para mandarlos recoger inmediatamente, sin que el "Comprador" pueda oponerse a élio.

XI.—El señor firma este contrato obligándose mancomunada y solidariamente con relación a todas las obligaciones que el comprador adquiere. En consecuencia, el Vendedor o quien sus derechos represento podrá exigir conjunta, separada o sucesivamente del Comprador y del coobligado, total o parcialmente el cumplimiento de las obligaciones por aquél adquiridas de acuerdo con el presente contrato.

XII.—Para la Interpretación, cumplimiento y demás efectos derivados de este contrato las partes se someten expresa y voluntariamente a la jurisdicción de los Tribunales de la Ciudad de México, D. F.

XIII.—Las partes se obligan hacer todas las gestiones necesarias para que este Contrato sea inscrito en el Registro Público de la Propiedad y a pagar los gastos que tal registro origine en caso de que sea el Vendedor quien haga el registro; en todo caso el Comprador se obliga a ratificarlo, ya sea ante un Corredor, ante el Registrador mismo, ante Notario o ante la Autoridad Judicial, al ser requerida para ello por el Vendedor.

.....
Vendedor

.....
Comprador

.....
Fiador Coobligado

.....
Testigo

.....
Testigo

.....
Corredor Público

5. Ley del Impuesto Sobre la Renta.

En lo referente al aspecto fiscal la Ley del Impuesto Sobre la Renta señala las obligaciones que tienen los contribuyentes que tributan bajo el régimen de ventas en abonos, las cuales son las siguientes:

"Art. 16. Los contribuyentes que realicen enajenaciones a plazo en los términos del Código Fiscal de la Federación, podrán optar por acumular el total del precio pactado como ingreso obtenido en el ejercicio, o bien, considerar como ingreso acumulable el que efectivamente les hubiera sido pagado durante el mismo."

"Art. 24. Fracción XIX. Que tratándose de remuneraciones a empleados o a terceros que estén condicionadas al cobro de los abonos en las enajenaciones a plazos en los que hayan intervenido, se deduzcan en el ejercicio en que dichos abonos o ingresos se cobren, siempre que se satisfagan los demás requisitos de esta Ley."

"Art. 30. Los contribuyentes que realicen enajenaciones en abonos y que opten por acumular como ingreso del ejercicio, los abonos que efectivamente hubieran cobrado durante el mismo, respecto de las mercancías que se enajenen en abonos, calcularán el costo, conforme a lo siguientes:

I.- Al término del ejercicio fiscal calcularán el por ciento que represente el costo de los bienes enajenados en abonos, durante el mismo, dividiendo dicho costo entre el precio total de dichas enajenaciones.

Ejemplo:

Precio de las ventas en abonos	\$50,000.00
Costo de dichas ventas	38,000.00
\$50,000.00 ; \$38,000.00 : : 100 : X	
	<u>\$38,000.00 X 100</u> 76%
	\$50,000.00

II.- Deducirán de las cantidades que efectivamente hubieran cobrado durante el ejercicio provenientes de enajenaciones en abonos, celebrados en dicho ejercicio y en los anteriores, el costo que les corresponda, según el ejercicio en que se hubiera celebrado la enajenación.

Este costo será la cantidad que resulte de aplicar el por ciento a que se refiere la fracción I de éste artículo a los abonos que efectivamente hubieran cobrado, por concepto de enajenación en abonos efectuados en dicho ejercicio.

Ejemplo:

Cobranzas realizadas en el ejercicio	---
\$34,000.00	
Aplicaremos el tanto por ciento que pre -	

viamente determinamos en la fracción I.
 $\$34,000.00 \times 76\% = \$ 25,840.00$

III.- En caso de que no se obtuviera el pago del total de los abonos ni la recuperación del bien, se podrán deducir cuando transcurra el plazo de prescripción o antes si fuera notoria la imposibilidad práctica de cobro, las cantidades que resulten de aplicar al saldo del deudor el por ciento a que se refiere la fracción I de éste artículo, correspondiente al ejercicio en que se hubiera realizado la enajenación que les dió origen.

En el caso de incumplimiento de contratos de bienes enajenados en abonos, cuando el enajenante recupere el bien, lo incluirá nuevamente en el inventario al precio original de costo, deduciendo únicamente el demérito real que haya sufrido, o aumentado el valor de las mejoras, en su caso."

La Ley del Impuesto Sobre la Renta, impone -- las siguientes obligaciones a los contribuyentes que realicen operaciones a plazo diferido:

"Llevarán cuentas por separado en su contabilidad, que permitan conocer en cada ejercicio fiscal el precio de las ventas en abonos y su correspondiente costo.

Mantendrán registros contables que permitan - determinar en función del ejercicio en que se -- realizaron las ventas, el monto de los abonos cobrados en el mismo.

Considerarán como ingresos acumulables las -- cantidades que efectivamens hubieren cobrado du--rante el ejercicio, provenientes de las ventas - en abonos celebradas en dicho ejercicio y en los anteriores." (1)

Los contribuyentes que realicen ventas en abonos de acuerdo con el artículo 16 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, podrán hacerlo tanto para efectos fiscales como contables o sólo para - los fiscales. Cuando la opción sea ejercida só- lo para efectos fiscales deberán, en su caso lle- varse en cuentas de orden los requisitos necesari- os para cumplir con las disposiciones del re - glamento de dicha Ley. En el caso que deseen -- cambiar su opción, podrán hacerlo por una sola - vez, previo aviso a la autoridad exactora.

Sin embargo, la autoridad administradora po -

(1) Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la -- Renta Art. 21 fracciones II. III. IV.

drá autorizar cambios posteriores, previa soli
 cidad justificada del contribuyente. (2)

Ejemplo:

Impuesto Sobre la Renta.

Importe de ventas en abonos del ejercicio	\$ 50,000.00
Costo de ventas en abonos del ejercicio	38,000.00
Utilidad por ventas en abonos del ejercicio (\$12,000.00 \div \$50,000.00 = 24%)	12,000.00
Cobros del ejercicio por ventas en abonos del mismo ejercicio.	34,000.00
Utilidad realizada en el ejercicio por- ventas en abonos \$34,000.00 X 24% =	8,160.00
Impuesto Sobre la Renta del ejercicio - \$8,160.00 X 42% =	3,427.20
Utilidad diferida del ejercicio por ven- tas en abonos \$50,000.00 - \$34,000.00 = \$16,000.00 X 24% =	3,840.00
Impuesto Sobre la Renta diferido por ven- tas en abonos del ejercicio _____ \$3,840.00 X 42% =	1,612.80

(2) Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la Renta
 Art. 22.

6.- Ley del Impuesto al Valor Agregado.

El Impuesto al Valor Agregado vino a suplir al Impuesto Sobre Ingresos Mercantiles que se había venido aplicando hasta el año de 1979. El Impuesto al Valor Agregado nace con el propósito de corregir deficiencias, de modificar sistemas y de adecuarlos a la época en que vivimos, para obtener un mayor control. Este impuesto por su naturaleza es indirecto y es un impuesto a la venta.

Principio del Impuesto.- Debe causarse sobre la porción que corresponda al valor agregado en cada etapa u operación del proceso de producción o comercialización.

De acuerdo con éste principio el Impuesto al Valor Agregado grava la enajenación de bienes a plazos o con reserva de dominio, las disposiciones aplicables a éste tipo de ventas son:

"Art. 12. En las enajenaciones a plazo en los términos del Código Fiscal de la Federación, se podrá diferir el impuesto de conformidad con el Reglamento de esta Ley."

"Art. 8. CANCELACIONES EN VENTAS CON RESERVA DE DOMINIO.- Cuando la transferencia de propiedad no llegue a efectuarse, se tendrá derecho a la devolución del Impuesto al Valor Agregado correspondiente, siempre que se reúnan los requisitos establecidos en el artículo 7 de ésta Ley."

"Art. 7. DEVOLUCIONES, DESCUENTOS Y BONIFICACIONES SOBRE VENTAS O INGRESOS.- El contribuyente que reciba la devolución de bienes enajenados u otorgue descuentos o bonificaciones con motivo de la realización de actos gravados por esta Ley, deducirá en la siguiente o siguientes declaraciones mensuales el monto de dichos conceptos, del valor de los actos o actividades por los que se deba pagar el impuesto, siempre que expresamente se haga constar que el Impuesto al Valor Agregado que se hubiere trasladado se cancela o se restituye, según sea el caso.

A. Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

"Art. 25. Para los efectos del artículo 12 de la Ley, el impuesto que corresponda con motivo de enajenaciones en las que se hubieran pactado intereses, podrá diferirse, considerando el número de meses pactados, en el por ciento que resulte conforme a la siguiente tabla:

Número de meses pactados a partir de la enajenación.

Por ciento aplicable al impuesto.

1	2
2	3
3	4
4	5
5	6
6	7
7	8
8	9
9	10
10	11
12	12
14	14
16	16
18	17
20	19
22	20
24	22
26	23
28	24
30	26
32	27
34	28
36	30
38	31

Número de meses pactados a partir de la enajenación.

Por ciento aplicable al impuesto.

40	32
42	33
44	34
46	35
48	37
50	38
52	39
54	40
56	41
58	42
60	43
Más de 60	45

Ejemplo:

Impuesto al Valor Agregado.

Importe de ventas en abonos del ejercicio.	\$ 50,000.00
---	--------------

Intereses de la operación a 18 meses.	38,000.00
--	-----------

Valor total de la operación.	88,000.00
------------------------------	-----------

IVA causado al 15%.	13,200.00
---------------------	-----------

IVA que podrá diferirse \$ 13,200.00 x 17% ⁺	2,244.00
--	----------

+ Seguir tabla contenida en el artículo 25 del
Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor --
Agregado.

7. Transitorios Ley de Reformas 1982.

Ventas a Plazo o en Abonos.

"Art. 32. Las disposiciones contenidas en las Leyes del Impuesto Sobre la Renta y del Impuesto al Valor Agregado relativas a enajenaciones a plazo con pago diferido o en parcialidades, se aplicarán considerando la disposición vigente en el momento en que se entregue materialmente el bien objeto de la enajenación, se obtenga parte del precio o se expida el documento que ampare la enajenación, el que primero se realice." (3)

(3) Transitorios Ley de Reformas 1982.

(Artículos Transitorios de la Ley que Reforma, Adiciona y Deroga Diversas Disposiciones Fiscales para 1982, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 31 de Diciembre de 1981 y en vigor a partir del 1o. de enero de 1982).

De acuerdo con la reglamentación anterior podemos - resumir lo siguiente:

Se consideran ventas en abonos de acuerdo con el Código Fiscal, cuando el plazo exceda de 12 meses y se difiera más de la mitad del precio para después del sexto mes. Cuando se trate de enajenaciones -- que se efectúen con clientes que sean público en -- general, se podrá diferir más del 35% del precio para después del sexto mes, siempre que el plazo exceda de 12 meses. Código Fiscal de la Federación artículo 14, fracción VII.

La venta se puede documentar a través de un contrato de compraventa en abonos con cláusula rescisoria o con cláusula de reserva de dominio; además el vendedor puede asegurarse del riesgo que le represente la transacción a través de pagarés. Código Civil artículos 2310, 2311, 2312, 2313, 2314 y 2315.

En las ventas en abonos se podrá optar por acumular el total del precio pactado como ingreso — obtenido en el ejercicio, o bién, diferir la utilidad conforme se realicen los cobros, considerando como ingresos acumulables las cantidades cobradas en el ejercicio, independientemente de que los abonos pertenezcan a operaciones celebradas en el ejercicio en que se realizó la venta o a otro ejercicio. Ley del Impuesto Sobre la Renta — artículo 16.

Se podrá diferir el impuesto al valor agregado de ventas en abonos en las que se hubiesen pagado intereses, según tabla que para el efecto — existe. Ley del Impuesto al Valor Agregado artículo 12 y Reglamento de la misma artículo 25.

Finalmente el método de ventas en abonos, podrá registrarse tanto para efectos fiscales como contables, o sólo para efectos fiscales, en éste último caso deberán registrarse en la contabilidad en cuentas de orden. Reglamento de la Ley — del Impuesto Sobre la Renta artículo 22.

CAP. III. APLICACION DE LOS PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD
AL SISTEMA DE VENTAS EN ABONOS.

1. Introducción:

" Dentro del estudio de ventas en abonos han surgido innumerables controversias y ha sido uno de los problemas más discutidos en contabilidad y que hasta la fecha no se ha llegado a unificar un criterio definido. Los autores más reconocidos no llegan a un acuerdo donde se especifique claramente si las ventas en abonos obedecen a la costumbre, a lo establecido en leyes impositivas o a la técnica contable." (1)

" El contador no debe oponerse al uso de la base de ventas en abonos para la preparación de estados financieros ordinarios y estados de operación, ni en lo que respecta a las manifestaciones relativas al impuesto, ya que " los mejores procedimientos contables establecen que se deben tratar las ventas a plazos a base de acumulación en los estados, aún para los fines del impuesto sobre la renta. " Para este objeto, se llevarán " en los libros las cuentas especiales requeridas por

- (1) Estudio de la Aplicación del Sistema de Ventas en Abonos de Bienes Muebles en una Empresa Comercial. (Seminario de Investigación Contable 1972).
Gutiérrez Silva Enrique. Pag.3.

la Hacienda, y se acusarán las utilidades solamente -- cuando se reciban en efectivo." (2). O sea, que en las ventas en abonos debe registrarse la utilidad en base a la cobranza efectuada, esto es, que a cada cobro se aplique parte a utilidad y parte a recuperación del -- costo de la mercancía vendida.

" Por otra parte, si se toma en consideración la -- utilidad a medida que se hacen las ventas, puede quedar inadvertido el alto costo de llevar las cuentas, -- efectuar los cobros, las reclamaciones, etc., a menos -- que para ello se prevean reservas amplias" ; y que -- " cuando se maneje un volumen considerable de tales -- cuentas, la mejor base será probablemente la de estimar las utilidades en proporción con las cobranzas." (3). O sea, que en términos generales también propone diferir la utilidad en base a la cobranza efectuada.

2. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Como la Contabilidad es una técnica sus principios -- son guías de acción y no verdades fundamentales a las --

(2) Montgomery. Auditing-Theory and Practice.

Appud.

Manual del Contador W.A. Paton. Pag. 284.

(3) Bliss. Management Through Accounts.

Appud.

Manual del Contador W.A. Paton. Pag. 284.

que se les adjudica poder explicativo y de predicción.

Dichos principios tienen como finalidad ir evitando o reduciendo la discrepancia de criterios entre los -- contadores que producen la información contable como -- en los interesados en la misma, sobre el tratamiento -- que se debe dar a los conceptos que integran los estados financieros.

Los Principios de Contabilidad son:

" Los principios de contabilidad que identifican y delimitan al ente económico y a sus aspectos financieros son:

Entidad.

Realización.

Período Contable.

Los principios de contabilidad que establecen la -- base para cuantificar las operaciones del ente económico y su presentación son:

Valor Histórico Original.

Negocio en Marcha.

Dualidad Económica.

El principio que se refiere a la información es el de:

Revelación Suficiente.

Los principios que abarcan las clasificaciones anteriores como requisitos generales del sistema son:

Importancia Relativa.

Consistencia. * (4).

Para efectos de nuestro estudio analizaremos los - Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados referentes al rubro de ventas.

A. Clasificación del rubro de ventas.

El rubro de ventas se puede clasificar en:

a) Ventas al contado.

b) Ventas a crédito.

- Ventas a crédito a corto plazo.

- Ventas a crédito a largo plazo.

- Ventas en abonos.- De acuerdo con el Código Fiscal, se efectúan enajenaciones en abonos cuando el plazo exceda de 12- meses y se difiera más de la mitad del precio para después del sexto mes.

B. Aplicación de los principios de contabilidad al -- rubro de ventas.

Los principios de contabilidad aplicables en -- forma particular, al rubro de ventas son:

(4) Boletín Al. Esquema Teoría Básica de la Contabilidad Financiera. Instituto Mexicano de Contadores-Públicos de México, A.C. Pag. 7.

- a) Principio de Entidad.
- b) Principio de Realización.
- c) Principio de Período Contable.

a) Principio de Entidad.- " La entidad es una --
unidad identificable que realiza actividades-
económicas, constituida por combinaciones de-
recursos humanos, recursos naturales y capital
coordinados por una autoridad que toma deci--
siones encaminadas a la consecución de los fi
nes para los que fue creada." (5)

De acuerdo con la definición anterior, pa-
ra efectos de que una actividad económica pue-
da realizarse, tal es el caso de una venta, -
(sea cual sea la modalidad de la transacción,
al contado, crédito o en abonos) es necesario
que exista la entidad económica, independien-
temente de que ésta sea una persona física, -
moral o una combinación de varias de ellas. -
Por lo tanto al efectuar una venta, automáti-
camente existe una entidad económica, la cual
para efectos de su registro contable deberá -
sujetarse a los Principios de Contabilidad Ge
neralmente Aceptados.

- (5) Boletín A2. Entidad. Instituto Mexicano de Conta-
dores Públicos de México, A.C. Pág. 1.

Principio de Entidad.

a) Ventas al Contado.

b) Ventas a Crédito.

- a corto plazo.

- a largo plazo.

- en abonos.

El Principio de Entidad es aplicable al rubro de ventas.

b) Principio de Realización y Período Contable.-

" La Contabilidad cuantifica en términos monetarios las operaciones que realiza una entidad con otros participantes en la actividad económica y ciertos eventos económicos que la Contabilidad cuantifica, se consideran por ella realizados:

- a) Cuando ha efectuado transacciones con otros entes económicos,
- b) Cuando han tenido lugar transformaciones internas que modifican la estructura de recursos o de sus fuentes, o
- c) Cuando han ocurrido eventos económicos externos a la entidad o derivados de las operaciones de ésta, cuyo efecto puede cuantificarse en términos monetarios. "

La cuantificación de un cambio en la situación financiera y/o en el resultado de operación de la entidad, debe identificarse con la época a la que pertenece (período contable), en éste sentido el boletín Al. establece lo siguiente:

" La necesidad de conocer los resultados de operación y la situación financiera de la entidad, que tiene una existencia continua, obliga a dividir su vida en períodos convencionales. -

Las operaciones y eventos, así como sus ---

efectos derivados susceptibles de cuantificarse, se identifican con el período en que ocurren; por tanto, cualquier información contable debe indicar claramente el período a que se refiere. En términos generales, los costos y gastos deben identificarse con el ingreso -- que originaron, independientemente de la fecha en que paguen."

La aplicación conjunta de estos dos principios establece lo siguiente:

" Que se consideren como un activo y pasivo -- los pagos anticipados y los anticipos recibidos por conceptos de servicios a proporcionar, así como la utilidad no devengada, reconociendo que se han realizado como tales, pero no devengado como un gasto o ingreso, respectivamente; lo cual origina que en el balance general se muestren las transacciones que, clasificables como activo, pasivo, capital y resultados acumulados, se han realizado, pero que se van a consumir o liquidar en lapsos contables futuros o sus beneficios afectan a más de un período, y que en el estado de resultados se incluyan estrictamente los ingresos, costos y gastos que se han devengado.

Que al realizarse un ingreso, se reconozcan paralelamente los costos y gastos que le sean-

inherentes independientemente de cuando se liquiden.

Que se delimite la información financiera en cuanto a su fecha o período, datos que deben destacarse en la misma. " (6).

El mismo boletín A3. en cuanto a que la entidad ha realizado transacciones con otros entes económicos, establece lo siguiente:

Este boletín menciona que una transacción se considera efectuada cuando se formaliza la misma independientemente de cuando se liquide. La formalización ocurre por el acuerdo de voluntades, independientemente de la forma o de la documentación que respalde el acuerdo. Son ejemplo de ello:

- Cuando se ha entregado o recibido la mercancía ya sea en el lugar de destino o en el de embarque.
- Cuando se realiza la traslación de dominio etc.

De acuerdo con los principios antes mencionados podemos decir que los ingresos se reconocen como tales en el momento en que los activos son vendidos o los servicios son prestados, independientemente de la fecha en que se paguen.

(6) Boletín A3. Realización y Período Contable. Instituto Mexicano de Contadores Públicos de México, A.C.

**Aplicación del Principio de Realización y -
Período Contable al rubro de ventas.**

- Ventas al contado. Las ventas al contado -- van de acuerdo con el Principio de Realiza - ción y Período Contable, por las razones si - guientes:

Principio de Realización:

- Existe formalización de la venta.
- Se hace entrega del bien objeto de la transacción.
- Se efectúa la traslación de dominio - del bien.

Principio de Período Contable:

- Al hacerse el ingreso efectivo inme - diatamente, los costos y gastos se -- identifican con el ingreso que origi - naron.
 - El origen y conclusión de la venta se identifican con el período en el que - ocurre el acuerdo de voluntades (en - el precio y artículo objeto de la -- transacción.
- Ventas a crédito a corto plazo. Las ventas - a crédito a corto plazo van de acuerdo con - el Principio de Realización y Período Conta - ble, por las razones siguientes:

Principio de Realización:

- Existe formalización de la venta.
- Se hace entrega del bien vendido.
- Se efectúa la traslación de dominio del bien.

Principio del Período Contable:

- En las ventas a crédito a corto plazo la entrada de efectivo se hace en fecha posterior a la entrega del bien, ya que existe un plazo para liquidar las cuentas por cobrar no mayor de un año o del ciclo normal de las operaciones de la empresa, por lo que, los costos y gastos se identifican con el ingreso que originaron.

El estado de resultados incluye los ingresos, costos y gastos efectivamente devengados.

- Ventas a crédito a largo plazo.- Las ventas a crédito a largo plazo van de acuerdo con el Principio de Realización y Período Contable, por las razones siguientes:

Principio de Realización:

- Existe formalización de la venta.
- Se hace entrega del bien objeto de la

transacción.

- Se efectúa la traslación del dominio del bien (7)

Principio de Período Contable:

- Al hacer el registro inmediato a resultados del ejercicio se identifican los costos y gastos con el ingreso que originaron, independientemente de la fecha en que se liquiden.

(7) Vance Taussig. Principios de Contabilidad y Control. Pag. 97., nos dice lo siguiente:

En las ventas " condicionales " , se estipula que el vendedor retiene la propiedad hasta que el comprador la pague. Pero la parte esencial de la propiedad sí pasa al comprador ya que, en caso de que el bien se destruya accidentalmente, el que pierde la mercancía es el comprador, más no así el vendedor que retiene la propiedad. En realidad el vendedor retiene el dominio del bien porque puede recuperarlo en caso de que el comprador no le pague.

En las ventas a crédito a largo plazo, se acostumbra hacer el registro inmediato a resultados del -- ejercicio debido a que algunos autores consideran -- que existe una seguridad razonable de que se cobrarán las cuentas por cobrar. (8) Generalmente en una venta a crédito a largo plazo el monto de la operación es elevado, por lo que el vendedor asegura el riesgo de la misma a través de documentos, en los-- cuales a su vencimiento se hace exigible el pago.

Cuando una venta a crédito a largo plazo no se -- documenta, de igual forma se hace el registro inmediato a resultados del ejercicio, porque generalmente el ingreso proveniente de la venta de mercancías se registra cuando éstas se despachan al cliente, -- o sea, cuando éstas son recibidas en el lugar de -- destino o de embarque. Sin embargo se aplican reglas especiales de registro a ventas especiales como es el caso de las ventas en abonos.

(8) Boletín de " El Método de Ventas en Abonos." Mancera Hermanos. Pag. 9.

- Ventas en Abonos.- Para determinar si las ventas en abonos van de acuerdo con el Principio de Realización y Período Contable es necesario determinar cuando se ha originado un ingreso en una venta en abonos:

Contablemente.- Se considera que la venta se ha realizado cuando hay acuerdo de voluntades en el artículo y en el precio o sea, que en ese momento se da origen a un ingreso independientemente de cuando se liquide.

Fiscalmente.- En una venta en abonos se considera que el ingreso se realiza cada vez que es pagado un abono, ya que en esta clase de ventas se difiere el reconocimiento de la utilidad hasta en tanto no se haya efectuado la cobranza, esto es, que por cada abono que reciba el vendedor recupera parte del costo y parte de la utilidad de la mercancía vendida.

Para ilustrar los conceptos anteriores analizaremos el siguiente ejemplo:

La Compañía "X" se dedica a la compra y venta de artículos para el hogar realizando sus operaciones en abonos, su ejercicio abarca del 01/01/1983 al 31/12/1983. Esta empresa realiza una venta el 25 de enero de 1983, la operación se pacta de la siguiente manera:

- 1.- La venta se formaliza y se hace entrega -- del bien a los 15 días siguientes.
- 2.- El comprador en el mes de enero pagó el -- enganche requerido y se obligó a pagar las mensualidades correspondientes.
- 3.- La operación debe concluir el 25 de marzo- de 1984, con el último abono del comprador.

Si consideramos que la venta se realizó al- hacer la entrega del bien, contablemente el ingreso se originó en enero de 1983, siguiendo - este criterio los costos y gastos no se corresponden con el ingreso que originó la venta ya- que al cobrar los abonos que liquidan la deuda correspondientes a 1984, se recupera parte del costo del bien vendido en 1983. Por lo tanto, el costo y la utilidad proporcional de los abonos de 1984 se absorben en ejercicio posterior

al que originó la venta. Esto es, que el estado de resultados de 1984, contendrá los costos, gastos e ingresos de los últimos abonos-cobrados para liquidar la operación que se formalizó en el año anterior. De esta forma el estado de resultados de cada uno de los años en que se cobro parte de los abonos, contendrán únicamente los ingresos, costos y gastos que se han devengado.

Como conclusión podemos decir que las ventas en abonos no cumplen con lo establecido en el Principio de Realización y Período Contable, para que esto suceda se necesita registrar la venta contablemente sobre la base de lo devengado, esto es, hacer el registro directamente a resultados del ejercicio.

Por lo que las ventas en abonos se rigen por lo establecido en nuestra legislación, ya que el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Impuesto Sobre la Renta y la Ley del Impuesto al Valor Agregado principalmente, son las que establecen que se puede diferir la utilidad en base a la cobranza efectuada porque para efectos contables sería una venta a largo plazo.

Principio de Realización y
Principio de Período Conta
ble.

a) Ventas al Contado.

b) Ventas a Crédito.

- a corto plazo.

- a largo plazo.

El Principio de Realización y Período Contable son aplicables únicamente a las ventas al contado, a crédito a corto plazo y a crédito a largo plazo.

Cap. IV. ORGANIZACION CONTABLE DE LAS VENTAS EN ABONOS.

CRITERIO "A".

1. Conceptos tradicionales aplicables a las ventas en --
abonos.

A. Criterios para considerar las utilidades de las ven-
tas en abonos.

En el sistema contable tradicional de las ventas en abonos existen tres criterios para considerar las utilidades realizadas:

- a) Considerar el importe de los primeros pagos como utilidades; y los últimos, como recuperación del costo de lo vendido.
- b) Considerar los primeros pagos como recuperación del costo; y los últimos como utilidades.
- c) Considerar que por cada pago se aplique propor--
cionalmente, una parte a recuperación del costo--
y la otra a utilidades realizadas.

Esta diferencia de criterios plantea el problema de señalar la aplicación de utilidades, existiendo dife--
rentes criterios al respecto, unos contadores conside--
ran realizada la utilidad desde el momento en que se --
efectúa la venta ya que el comprador contrae una obli--
gación con el vendedor de pagarle la mercancía en el --
plazo convenido, otros opinan que son utilidades por--
realizar ya que en el contrato de compraventa en abo--
nos el vendedor se reserva el dominio del bien enajena

do hasta en tanto no se liquide el último abono.

A continuación analizaremos cada uno de los criterios antes señalados:

a) Considerar el importe de los primeros cobros a utilidad y los últimos al costo de la mercancía.- Este sistema es inapropiado, pues no se apega a la técnica contable ya que la utilidad que considera no es real es ficticia, pues ésta no puede existir --- sin que antes se haya recuperado el costo de la mercancía vendida.

Además éste método no considera los posibles cambios que pueden sufrir las utilidades obtenidas --- bajo el sistema de ventas en abonos.

b) Considerar el importe de los primeros cobros al costo de la mercancía vendida y los últimos como utilidades.- Este criterio se considera demasiado conservador, además de que los abonos convenidos están en función del precio de venta y no del precio de costo lo cuál, viene a alterar los resultados vistos - a través de un criterio contable. Así mismo, este sistema traería como consecuencia que la empresa -- trabajara con pérdida en el ejercicio, los ingresos y las utilidades no son reales, se vería afectado - el reparto de utilidades, el pago de sus obligaciones fiscales, traería como consecuencia problemas-- de financiamiento que dañaría seriamente el desarro

llo de la empresa ya que los estados financieros a simple vista darían una impresión de incertidumbre y desconfianza sobre la situación financiera, aunque ésta probablemente sea favorable y no se manifiesta en forma adecuada.

- c) Considerar que a cada cobro se aplique en forma proporcional una parte a recuperación del costo de la mercancía vendida y otra se aplique a la realización de utilidades.- Se considera que este sistema es el más adecuado, justo y equitativo ya que nos muestra la situación financiera real de la empresa, no altera sus resultados de operación y va de acuerdo con las disposiciones que establece la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

B. Análisis de las cuentas utilizadas en las ventas en abonos.

A continuación analizaremos las cuentas que son características y que se emplean en el registro contable de las ventas en abonos:

- a) Clientes por ventas en abonos.
 - b) Utilidades por realizar en ventas en abonos.
 - c) Utilidades realizadas en ventas en abonos.
- a) Clientes por ventas en abonos.
- Descripción: Contabiliza los importes correspondientes a las operaciones de venta reali-

- zadas por la empresa bajo el sistema--
de ventas en abonos.
- Se carga:** Del importe de las facturas por ventas en abonos de acuerdo con el contrato - de compraventa con reserva de dominio y documentos complementarios respectivos. En otras palabras, se carga del - precio de venta de los artículos vendi-
dos en abonos.
- Se abona:** Del importe de los abonos a cuenta o - en liquidación efectuados por los e--
clientes.
- Del importe de las mercancías devuel--
tas por los clientes.
- Del importe de las rebajas concedidas--
a los clientes.
- Del importe de las cuentas que se con--
sideran incobrables.
- Su saldo:** Es de naturaleza deudora.
- Representa:** El total del movimiento acreedor de --
esta cuenta representa el importe neto de los cobros efectuados a los clien--
tes y su saldo deudor representa el --
importe de las ventas de mercancías en abonos pendientes de cobro.

b) Utilidades por realizar en ventas en abonos.

Descripción: Controla las utilidades pendientes de realizar, producto de las ventas en abonos.

Se abona: Del importe de la utilidad calculada en cada operación que se efectúa. La utilidad calculada equivale a la diferencia entre el precio de venta y el precio de costo de la mercancía vendida.

Se carga: Por la parte proporcional de la utilidad que se obtenga, al efectuar los cobros de los abonos. Esta parte proporcional se obtiene aplicando al importe de los abonos recibidos el porcentaje de utilidad sobre el precio de venta de la operación.

Por el importe de las utilidades pendientes de realizar de los créditos cancelados.

Por la parte proporcional de las utilidades por realizar que se cancelen por bonificaciones, por descuentos o por incobrables.

Su saldo: Es de naturaleza acreedora.

Representa: El saldo acreedor de esta cuenta representa la utilidad pendiente de realizar de las ventas efectuadas en abonos.

c) Utilidades realizadas en ventas en abonos.

Descripción: Controla las utilidades que se realizan conforme se van efectuando los cobros de los pagos parciales o en abonos.

Se abona: Del importe de las ganancias ya realizadas que resulten de aplicar el porcentaje de utilidad calculada sobre el valor nominal de los abonos cobrados. Los abonos de esta cuenta corresponden normalmente a los cargos que por las mismas cantidades se efectúan en la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos.

Su saldo: Es de naturaleza acreedora.

Representa: Representa la ganancia obtenida por esta clase de operaciones.

C. Ejemplo de contabilización del tercer criterio.

El tratamiento contable del sistema consiste en diferir la utilidad para considerarla cuando la cobranza ha sido efectuada. Este método de ventas en abonos puede presentar dos aspectos para su registro:

- a) que la operación sólo se documente con contrato de compraventa con reserva de dominio sin ninguna otra garantía adicional.

b) Que además del contrato de compraventa con reserva de dominio, el vendedor haga firmar al comprador documentos comerciales para garantizar la operación efectuada.

Ejemplo de una venta en abonos.

Se realiza una venta en abonos de un refrigerador por \$ 50 000.00, el costo es de \$ 40 000.00 se le pide al cliente un enganche de \$ 4 000.00 y el resto se pagará en 18 abonos mensuales de \$ 2 000.00 cada uno.

Se supone que la empresa inicia sus operaciones con los siguientes saldos: caja \$ 3 000.00, almacén \$ 40 000.00, capital social \$ 43 000.00, los gastos al final del ejercicio fueron de \$ 3 000.00, considerando que todas las ventas de la entidad son en abonos.

Cuando únicamente existe el contrato de compraventa, el registro sería el siguiente:

1. Para registrar el importe de la operación.

Cientes por ventas en abonos 19..	50 000.00
Almacén	40 000.00
Utilidades por realizar en ventas en abonos 19..	10 000.00

2. Para registrar el importe del enganche pagado.

Caja	4 000.00	
Clientes por ventas en abonos 19..		4 000.00

2a. Para registrar la utilidad ya realizada por el --
pago del enganche.

Utilidad por realizar en -- ventas en abonos 19..	800.00	
Utilidad realizada en -- ventas en abonos 19..		800.00

Para registrar la utilidad ya realizada por el --
pago del enganche, se aplica a éste el factor de --
utilidad calculada, el cual se obtiene dividiendo --
la utilidad que se obtiene en la venta total entre--
el precio de venta de la operación.

Ejemplo: Precio de venta de la operación \$50 000.00
Utilidad por realizar en la --
operación \$10 000.00

\$50 000.00 : \$10 000.00 : : 100 : X

$\frac{\$10\,000.00 \times 100}{\$50\,000.00} = 20\%$

\$50 000.00

Este factor de utilidad calculada se puede deter-
minar de 2 formas:

- a) Determinar un factor de utilidad realizada para cada operación y aplicarlo a los cobros efectuados de cada venta.
- b) Determinar un factor de utilidad realizada global promedio para cada ejercicio y aplicarlo a los cobros efectuados en el período de referencia.

El primer procedimiento es exacto pero no práctico por ser muy laborioso, pues cuando hay un gran volumen de operaciones haría imposible su aplicación.

El segundo procedimiento es el que se considera más adecuado y práctico porque simplifica y facilita el registro de las utilidades por su sencilla aplicación, además se maneja únicamente un factor para todos los cobros que se realicen en el ejercicio.

Registro de los abonos. — La cobranza en las empresas que se dedican a las ventas en abonos, se recibe generalmente por medio de dos maneras:

- a) Por medio de cobradores.
- b) Directamente en las oficinas.

Independientemente de la forma en que se recibe la cobranza, ésta se debe registrar en tarjetas auxiliares de clientes, para llevar un control de los abonos, bonificaciones o descuentos por pronto pago de los clientes; así como para saber el saldo-

que resta el cliente en determinada fecha a la compañía.

Un ejemplo de la tarjeta auxiliar de clientes -- sería el siguiente:

CLIENTE Gloria Martínez González
 DIRECCION: Calle 507
Sn. Juan Aragon

CUENTA NO. 818988
 TELEFONO _____
 AGENTE María Escamilla
 ARTICULOS T.V. P-818-C

F E C H A	CARGOS	EFFECTIVO	Boleto Desc. por Pago Parcial en Titulo	SALDO
26-12-81	35,331.-	3,592.-		31,739.-
30-1-82		2,574.-	70.-	29,205.-
			12-70.-	
BONIFICACION				
<input type="checkbox"/> MENSUAL <input type="checkbox"/> QUINCENAL <input type="checkbox"/> SEMANAL		ENGANCHE \$ <u>3,592.00</u> MENSUALIDADES DE \$ <u>2,644.00</u> " " " \$ <u>2,655.00</u>	INICIA _____ VENCE _____	

PAGOS PUNTUALES 11 DE \$ 2,574.00 Y UNO DE \$ 2,585.00

3. Para registrar el importe de los abonos efectuados por los clientes.

Caja	2 000.00
Cientes por ventas en abonos 19..	2 000.00

3a. Para registrar el importe de la utilidad realizada en los abonos de los clientes.

Utilidad por realizar en -- ventas en abonos 19..	400.00
Utilidad realizada en ven-- tas en abonos 19..	400.00

Este asiento se correrá aplicando el factor de utilidades realizadas cada vez que se afecta la cuenta de clientes por ventas en abonos. Debido a que la utilidad en ventas en abonos debe de irse considerando como realizada conforme se vayan recibiendo los abonos.

Clientes por ventas en abonos.	
1) 50 000.00	4 000.00 (2
	2 000.00 (3
50 000.00	6 000.00
44 000.00	

Almacén.

s) 40 000.00 40 000.00 (1

=====

Caja.

s) 3 000.00 3 000.00

2) 4 000.00

3) 2 000.00

9 000.00 3 000.00

6 000.00

Utilidades por realizar en
ventas en abonos.

2a) 800.00 10 000.00 (1

3a) 400.00

1 200.00 10 000.00

8 800.00

Utilidades realizadas en ---
ventas en abonos.

800.00 (2a

400.00 (3a

1 200.00

D. Presentación de las cuentas utilizadas en los estados financieros.

- a) Clientes por ventas en abonos.- El saldo de esta cuenta se presenta en el balance general en el grupo del activo circulante y si no tiene importancia relativa, dentro de clientes.
- b) Utilidades realizadas en ventas en abonos.- El saldo de esta cuenta se presenta en el estado de resultados, traspasando su saldo al final del ejercicio a la cuenta de pérdidas y ganancias.
- c) Utilidades por realizar en ventas en abonos.- En esta cuenta existen diferentes criterios al respecto:
- Presentarla dentro del grupo de créditos diferidos.- El pasivo diferido o créditos diferidos son las cantidades cobradas por anticipado por las que se tiene la obligación de proporcionar un servicio posterior y que son convertibles en utilidad conforme transcurre el tiempo, de acuerdo con este criterio las utilidades por realizar en ventas en abonos representarían una obligación por un servicio a prestar, lo cual no es aceptable porque no hay obligación alguna por parte del vendedor de prestar un servicio.
- Presentarla como superávit de capital.- Presentar la cuenta de utilidades por realizar como superávit de capital es incorrecta porque el criterio "X" es que aún no es utilidad.

- Presentarla como cuenta complementaria de activo.- Considerar la cuenta de utilidades por realizar -- como cuenta complementaria de activo no es correcto, ya que disminuye el saldo de una cuenta de activo circulante falseando la situación financiera de la empresa, porque representa en forma desfavorable su capacidad de pago y su capital de trabajo.
- Presentarla como un grupo sui-generis entre el --- pasivo y el capital contable.- Podría pensarse que presentar la cuenta de utilidades por realizar como una cuenta especial entre el pasivo y el capital contable sería lo más adecuado, para no desvirtuar la situación financiera de la entidad ya que no disminuye su capital de trabajo, ni representa una obligación para el vendedor que en ningún momento se tiene. Así mismo, tampoco puede considerarse como superávit de capital porque provocaría confusión para los accionistas que podrían considerar la utilidad como distribuible. Sin embargo-- adoptar un grupo especial entre el pasivo y el capital contable, no es correcto porque es sumamente convencional. Por lo que podemos decir que de ---- acuerdo con la clasificación que se ha establecido en el balance general, no existe un lugar adecuado donde se pueda presentar la cuenta de utilidades-- por realizar en ventas en abonos.

Lo anterior, viene a reafirmar aún más la necesidad de tomar otro criterio respecto de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados aplicables a las ventas en abonos, ya que es necesario que la presentación de la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos dentro del balance general quede bien definida por dichos principios para que la interpretación que se haga de ella no se preste a malos entendidos.

La Central, S.A.

Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 19..

Activo

Circulante:

Caja. \$ 6,000

Clientes por ventas
en abonos. 44,000

Suma el Activo. \$ 50,000

Pasivo.

Diferido:

Utilidades por reali-
zar en ventas en abo-
nos. \$ 8,800

Suma el Pasivo. \$ 8,800

Capital Contable.

Capital Social. \$ 43,000

Pérdida del Ejerc-
cicio. (1,800) 41,200

Suma el Pasivo y
el Capital. \$ 50,000

Presentar la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos en el grupo de créditos diferidos, no es correcto, porque los créditos diferidos son cantidades cobradas por anticipado por las que se tiene la obligación de proporcionar un servicio posterior, en una venta en abonos, el vendedor en ningún momento tiene tal obligación.

La Central, S.A.

Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 19..

<u>Activo.</u>		<u>Pasivo.</u>		
Circulante:				
Caja.	\$ 6,000			
Clientes por ventas en abonos.	<u>44,000</u>	<u>Capital Contable.</u>		
		Capital Social.	\$ 43,000	
		Utilidades por realizar en ventas en abonos.	8,800	
		Pérdida del Ejercicio.	<u>1,800</u>	<u>\$ 50,000</u>
Suma el Activo.	<u>\$50,000</u>	Suma el Capital Contable.	<u>50,000</u>	<u>\$ 50,000</u>

Presentar la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos dentro del capital contable como superávit es incorrecto porque el criterio "A", establece que la utilidad se realiza cuando se efectúa el cobro.

La Central, S.A.

Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 19..

<u>Activo.</u>		<u>Pasivo</u>	
Circulante:			
Caja.	\$ 6,000.		
Cientes por ventas en abonos.	\$44,000.		
Utilidades por rea- lizar en ventas en- abonos.	(<u>1,800</u>) <u>33,200</u>	<u>Capital Contable.</u>	
		Capital Social.	\$ 43,000
		Pérdida del Ejer- cicio.	(<u>1,800</u>) <u>\$ 41,200</u>
		Suma el Capital Contable.	<u>\$ 41,200</u>
Suma el Activo.	<u>\$41,200</u>		

Presentar la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos como cuenta com-
plementaria de activo no es correcto, ya que disminuye el saldo de clientes por ventas
en abonos, falceando la situación financiera de la empresa.

La Central S.A.

Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 19..

<u>Activo.</u>		<u>Pasivo.</u>	
Circulante:		Circulante:	
Caja.	\$ 6,000		
Cientes por ventas en abonos.	<u>44,000</u>	Diferido:	
		Suma el Pasivo.	
		<u>Utilidades por realizar en ventas en abonos.</u>	\$ 8,800
		<u>Capital Contable.</u>	
		Capital Social.	\$ 43,000
		Pérdida del Ejercicio.	<u>(-1,800)</u>
			<u>41,200</u>
		Suma el Capital Con- table.	<u>\$ 50,000</u>
Suma el Activo.	<u>\$50,000</u>		

Adeptar un grupo sui generis para la presentación de la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos en el balance general entre el pasivo y el capital contable, no es correcto, porque es sumamente convencional y carente de rigor. El balance no puede admitir grupos especiales ya que los que reconoce tienen un sólido fundamento teórico.

La Central, S.A.Estado de Resultados por el Período Comprendido del
1o. de enero al 31 de diciembre de 19..

	<u>Ventas en Abonos</u>
Ingresos.	\$ 6,000.
menos: Costo de ventas.	<u>4,800</u>
Utilidades realizadas en ventas en abonos.	1,200
menos: Gastos de administración.	<u>3,000</u>
Pérdida fiscal.	\$ 1,800 =====

La presentación anterior del estado de resultados es incorrecta porque los ingresos de \$6,000, corresponden a los abonos de la cuenta de clientes por ventas en -- abonos, y el costo se determinó por diferencia entre -- la utilidad realizada y los ingresos. No presentándose las ventas (\$50,000) ni los costos (\$ 40,000) efectivamente realizados.

La Central, S.A.Estado de Resultados por el Período Comprendido del
1o. de enero al 31 de diciembre de 19..

Ventas netas	\$ 50,000
menos: Costo de ventas.	<u>40,000</u>
Utilidad bruta.	10,000
menos: Utilidad no realizada en ventas en abonos.	<u>8,800</u>
	1,200
menos: Gastos de administración.	<u>3,000</u>
Pérdida fiscal.	<u>\$ 1,800</u> <u>=====</u>

CRITERIO "B".2. Aspecto contable de las ventas en abonos de acuerdo -- con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Quando las ventas en abonos se registran de acuerdo con lo dispuesto por los Principios de Contabilidad -- Generalmente Aceptados, se le da un tratamiento contable idéntico a una venta a crédito, o sea, se contabiliza la operación directamente en resultados del ejercicio, ya que este tipo de ventas no son diferentes -- financieramente de las ventas a crédito debido a que, -- los cobros parciales o abonos igualmente se efectúan -- en una venta en abonos que en una venta a crédito.

Es conveniente mencionar que la Ley del Impuesto -- Sobre la Renta, establece la ventaja fiscal de conta-- bilizar las ventas en abonos de acuerdo con dos opcio-- nes:

- Utilizar el registro tradicional de las ventas en -- abonos tanto para efectos fiscales como contables.
- Utilizar el registro contable de las ventas en abonos apegado a los Principios de Contabilidad Gene-- ralmente Aceptados para efectos contables, y fiscal-- mente registrar dichas ventas en cuentas de orden.

(Art.22 del Reglamento de la Ley del Impuesto So-- bre la Renta)

A. Registro contable.

De acuerdo con los Principios de Contabilidad Gene-- ralmente Aceptados, en forma especial los de Realiza--

cion y Período Contable, una venta deberá registrarse -- contablemente cuando existe un acuerdo de voluntades en el precio y en el bien.

El registro se hará directamente a resultados del -- ejercicio, contabilizando la venta en abonos como una -- venta a crédito.

A continuación se presenta el registro de la venta-- en abonos de acuerdo con Principios de Contabilidad, -- tomando como referencia el mismo ejemplo mencionado en el Criterio "A".

1. Para registrar el importe de la operación.

Cientes	50 000.00	
Costo de ventas	40 000.00	
Almacén		40.000.00
Ventas		50 000.00

2. Para registrar el importe del enganche pagado.

Caja	4 000.00	
Cientes		4 000.00

3. Para registrar el importe de los abonos efectuados-- por los clientes.

Caja	2 000.00	
Cientes		2 000.00

Cientes.

1) 50 000.00	4 000.00 (2	
	2 000.00 (3	
<hr/>		
50 000.00	6 000.00	
<hr/>		
s) 44 000.00		

Costo de ventas.

1) 40 000.00

Almacén

s) 40 000.00 40 000.00 (1

Ventas.

50 000.00 (1

Caja.

s) 3 000.00	3 000.00	
2) 4 000.00		
3) 2 000.00		
<hr/>		
9 000.00	3 000.00	
<hr/>		
s) 6 000.00		

B. Registro fiscal optativo.

De acuerdo con las disposiciones legales que rigen a las ventas en abonos, existe la ventaja fiscal de optar por registrar dichas ventas reconociendo la utilidad conforme se vayan realizando los abonos, tanto para efectos fiscales como contables, o en caso de que la empresa desee registrar sus operaciones sólo para efectos fiscales, podrá hacerlo en cuentas de orden.

El registro de las ventas en abonos en cuentas de orden sería el siguiente:

1. Por el registro de la venta en abonos.

(C.O.) Utilidades fiscales		
por realizar	10 000.00	
(C.O.) Utilidades por rea-		
lizar en ventas en-		
abonos		10 000.00

2. Por el registro del enganche.

Enganche \$ 4 000.00 por el 20% (Factor de utilidad-calculada en el criterio "A").

(C.O.) Utilidades por rea-		
lizar en ventas en-		
abonos	800.00	
(C.O.) Utilidades fiscales		
por realizar		800.00

3. Para registrar la utilidad realizada en cada abono.
Abono \$ 2 000.00 por el 20% (Factor de utilidad calculada en el criterio "A".)

(C.O.) Utilidades por realizar en ventas en abonos	400.00
(C.O.) Utilidades Fiscales por realizar	400.00

(C.O.) Utilidades por realizar
en ventas en abonos.

2)	800.00	10 000.00	(1
3)	400.00		
	<u>1 200.00</u>	<u>10 000.00</u>	
		8 800.00	(s

(C.O.) Utilidades fiscales por
realizar.

1)	10 000.00	800.00	(2
		400.00	(3
	<u>10 000.00</u>	<u>1 200.00</u>	
s)		8 800.00	

G. Presentación de las cuentas en los estados financieros.

A continuación se presentan las cuentas utilizadas en los estados financieros de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

La Central, S.A.

Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 19..

Activo.

Circulante:

Caja. \$ 6,000

Cientes (Nota 1.) 44,000

Suma el Activo. \$50,000

Pasivo.

Capital Contable.

Capital Social \$43,000

Utilidad del Ejercicio. (Nota 1.) 7,000

\$ 50,000

Suma el Capital Contable.

\$ 50,000

La Central, S.A.Estado de Resultados por el Período Comprendido del
1o. de enero al 31 de diciembre de 19..

Ventas netas.	\$ 50,000
menos: Costo de ventas.	<u>40,000</u>
Utilidad Bruta.	10,000
menos: Gastos de administración.	<u>3,000</u>
Utilidad antes de impuestos.	7,000
I.S.R. y P.T.U. (Nota 1.)	<u> </u>
Utilidad neta.	<u><u>\$ 7,000</u></u>

Conciliación de la Utilidad Contable y la Utilidad
Fiscal.

Utilidad antes de impuestos.	\$ 7,000
menos: Utilidad por realizar en ven- tas en abonos.	<u>8,800</u>
Pérdida fiscal.	<u><u>\$ 1,800</u></u>

Notas a los estados financieros.

Nota 1. La compañía realiza la totalidad de sus ventas por medio de pagos periódicos de los clientes, (ventas en Abonos). Para efectos fiscales se aprovecha la ventaja de registrar las operaciones contablemente de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, y fiscalmente registrarlas en cuentas de orden, según las disposiciones del artículo 22. del Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

De acuerdo con ésta opción, se considera como parte de la utilidad finalmente la parte proporcional de utilidad sobre los cobros realizados.

Cap. V. CONTROL INTERNO DE LAS VENTAS EN ABONOS.

I. Estudio del control interno.

En toda empresa grande o pequeña el control interno es vital para el buen funcionamiento de las actividades, puesto que el control es el sistema por el cual se da efecto a la administración para los fines de información, protección y eficiencia, siendo ésta la base para depositar confianza en la información contable y de ésta forma estar en posibilidad la gerencia de realizar una correcta toma de decisiones.

Medidas tales como aprobación de pagos, firma de cheques, implantación de un fondo fijo de caja, de relojes marcadores, máquinas registradoras, realización de conciliaciones de las cuentas bancarias, fianzas de fidelidad sobre el personal, etc., constituyen verdaderas manifestaciones de control interno en las empresas.

A. Definición de control interno.

"En su sentido más amplio, el control interno es el sistema por el cual se da efecto a la administración de una entidad económica. En este sentido el término administración se emplea para designar el conjunto de actividades necesarias para lograr el objetivo de la entidad económica. Abarca, por lo tanto, las actividades de dirección, financiamiento, promoción, produc---

ción, distribución y consumo de una empresa; sus relaciones públicas y privadas y la vigilancia general sobre su patrimonio y sobre aquellos de quienes depende su conservación y crecimiento." (1)

B. Objetivos del control interno.

- a) Protección de los activos.- Este es el principal objetivo del control interno, las inversiones de la empresa deben estar debidamente protegidas -- contra las posibles contingencias que puedan presentarse. Un plan de seguros adecuado a las necesidades del negocio es un complemento imprescindible del control interno desde el punto de vista de la protección de sus propiedades.
- b) Obtención de información financiera correcta y - segura.- La falta de control interno apropiado - o la ausencia de él, trae como consecuencia una mala toma de decisiones. La información financiera deberá ser constante, completa y oportuna para el buen desarrollo de las actividades de la - empresa.
- c) Promoción de la eficiencia de operación y adhe-- sión a las políticas prescritas por la dirección. Es uno de los objetivos que atraen la mayor atención debido a que siempre se persigue mejorar la la

(1) Normas y Procedimientos de Auditoria.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Pag. 58.

productividad de las empresas, así como la efectividad de los sistemas implantados. Se deben -- preveer medidas para que las políticas dictadas -- por la dirección general se conozcan y se lleven a cabo.

C. Elementos del control interno.

- a) Organización.- Debe ser adecuada y tener cuatro-sub-elementos necesarios:
- Dirección.- Debe definir la responsabilidad de + la política general de la empresa y de las decisiones tomadas en su desarrollo, define las funciones mediante una división de labores.
 - División de labores.- Que defina claramente la-- independencia de esas funciones de operación, -- custodia y registro de una manera coordinada.
 - Coordinación.- Que adapte las obligaciones y --- necesidades de las partes integrantes de la -- empresa a un todo homogéneo y armónico; que prevea los conflictos propios de invasión de funciones o interpretaciones contrarias a las asigna-- ciones de autoridad.
 - Asignación de responsabilidades.- Como consecuencia de una buena división de labores, ésta asignación debe establecer con claridad los nombra-- mientos dentro de la empresa y su jerarquía y -- la delegación de facultades de autorización con-- gruentes con las responsabilidades asignadas.

- b) **Procedimientos.**- Deben constar en un manual y -- tener tres sub-elementos necesarios:
- **Planificación y sistematización.**- Se debe de pla--near la forma de llevar a cabo las operaciones y la forma de realizarlas, es conveniente contar - con manuales de procedimientos, con los cuales - se reducirán los errores y existirá uniformidad.
 - **Registros y formas.**- Un buen sistema de control-interno debe procurar procedimientos adecuados - para el registro oportuno, completo y correcto - de datos a un mínimo costo, teniendo presente el diseñar las formas de los registros a las necesi--dades de la empresa, de tal forma que su empleo--correcto obligue a la adopción de los procedi--mientos establecidos.
 - **Informes.**- Deben existir procedimientos que permitan determinar cuales son los informes que se--requieren, para que a través de ellos puedan ser vigiladas todas las actividades de la empresa. - Los informes deberán ser correctos, periódicos y oportunos.
- c) **Personal.**- Debe ser el indicado para realizar -- las actividades de la empresa, debe cumplir con tres sub-elementos necesarios:
- **Entrenamiento.**- La capacitación y el entrenamien--to con el personal permitirá la identificación - clara de sus funciones y responsabilidades, lo--que ayudará a la reducción de ineficiencias en--

sus labores.

- **Eficiencia.**- La eficiencia dependerá del juicio personal del empleado aplicado a cada actividad. La empresa deberá medir y alentar la eficiencia del personal.
- **Moralidad.**- Los requisitos de admisión y el interés constante por los directivos en el comportamiento de su personal, son ayudas al control interno, ya que en la moralidad del personal descansa la estructura del control interno.
- **Retribución.**- La retribución justa al personal permite el cumplimiento de la mejor forma de los propósitos de la empresa. La retribución deberá ser económica, social y de seguridad.
- d) **Supervisión.**- La supervisión es el control que vigile que los demás elementos del control interno no estén trabajando de acuerdo con los manuales o sistemas establecidos.

La supervisión debe ejercerse todo el tiempo, a diferentes niveles, a través de la observación personal del desarrollo de las funciones, así como en los resultados obtenidos de los informes elaborados.

Nuestro estudio del control interno de las ventas en abonos lo enfocaremos al departamento de crédito y cobranzas, debido a que el control interno de las empresas que realizan Ventas en Abonos está basado principalmente en estos departamentos, por el

tipo especial de las operaciones que realizan, ya que los demás departamentos son semejantes a los de cualquier otra empresa. Por esta razón y por la íntima relación que tiene el departamento de ventas con el departamento de crédito y cobranzas estudiaremos el control interno de los departamentos antes mencionados.

Para efectos de facilitar nuestro estudio, seguiremos el desarrollo de una venta en abonos, para lo cual mencionaremos brevemente los pasos para pactar una venta en abonos, mencionados en el capítulo 1.

2. Tramitación de las ventas en abonos.

El pactar una venta en abonos amerita una tramitación más compleja a la que requiere una venta al contado, esta tramitación con las variantes que las características que cada empresa justifiquen, puede sujetarse a los siguientes pasos:

A. Solicitud de crédito.

El comprador deberá llenar una solicitud de crédito o pre-forma de pedido, en la que se describe exactamente la mercancía que solicita, el crédito y las referencias personales y comerciales que la empresa requiere.

B. Investigación de créditos.

El pedido es investigado por la empresa para conocer la solvencia económica y moral del solicitante y poder determinar si cubre los requisitos indispensable

bles y satisfactorios para que se le pueda otorgar -- crédito.

C. Concesión o autorización de la venta.

Para conceder o autorizar una venta en abonos el -- departamento de crédito deberá tomar en cuenta lo si-- guiente:

- La política establecida en la empresa de que se - trate. La política de crédito debe estar bien de- finida en cuanto al monto y tiempo del crédito.
- Se tomarán en cuenta los datos contenidos en la - solicitud de crédito, así como el análisis del -- resultado de la investigación de crédito.
- El encargado de aprobar los créditos debe ser in- dependiente de las funciones de ventas, contabili- dad y cobranza.
- Si un crédito se sale de los límites establecidos, estos deberán ser autorizados por un funcionario- responsable. Aquí se deberá de tomar en cuenta el criterio del funcionario, ya que, si es muy libe- ral tendrá un porcentaje de cuentas incobrables, - y si por el contrario es de un criterio conserva- dor no tendrá tantas pérdidas, pero sí perderá -- posiblemente clientes, lo que se reflejará en sus resultados.
- A continuación mencionaremos algunas políticas -- para el departamento de crédito:

- a) Para toda apertura de crédito es requisito llenar una solicitud de crédito.
- b) Fijar límites de crédito, de acuerdo con la solvencia y capacidad del cliente. Posteriormente, de acuerdo a la experiencia obtenida se evaluará el expediente del cliente y se determinará si se le aumenta o disminuye el crédito.
- c) Otorgar descuentos por pronto pago, es conveniente motivar a la clientela a través de un descuento extra por pagar a determinados días, para lograr una rápida recuperación de la cartera.
- d) Fijar condiciones de pago, es conveniente que la clientela tenga conocimiento de los plazos de crédito establecidos, ya que si se otorgan plazos libres la clientela pagaría cuando quisiera.
- e) Cancelación del crédito por tener más de tres cheques devueltos por insuficiencia de fondos en un lapso a 10 meses.
- f) Cargar intereses a clientes morosos.
- g) Hacer visitas periódicas a clientes, las visitas pueden ser de cortesía o de cobro, ya sean semanal, quincenal o mensual.

D. Autorización del pedido por el departamento de ventas.

Una vez que ha sido autorizado el pedido de un cliente, éste deberá pasar al departamento de ventas, para hacer la revisión del pedido en lo que se refiere

a precios, condiciones, etc. y de ser aceptable, lo -- aprueba.

Los datos que generalmente debe de contener un pedido son:

- Nombre y dirección de la compañía.
- Fecha.
- Nombre y dirección del cliente.
- Artículos y cantidades solicitadas.
- Precio unitario.
- Condiciones de pago.
- Descuentos especiales.
- Plazos de entrega.
- (ver capítulo 1. pre-forma de pedido.)

La documentación utilizada en los pedidos debe estar enumerada y una persona se encargará de vigilar que -- todos los tramites se hayan llevado a cabo correctamente desde su origen hasta su despacho en su caso.

E. Expedición de remisiones o notas de embarque.

Posteriormente el departamento de ventas expide las remisiones o notas de embarque, que se remiten al almacén y, en su oportunidad, la factura que da al cliente el título de propiedad sobre la mercancía comprada.

- Las remisiones o notas de embarque deben ser elaboradas en base a un pedido autorizado y formulado por personas independientes al almacén y embarque.

- Las remisiones deben elaborarse en forma prenumerada y una persona debe de controlar la progresión numérica y su facturación posterior.
- La función de embarque debe ser independiente al departamento de facturación, contabilidad y cobro.
- Debe existir una verificación aritmética de los comprobantes.
- El talón de embarque debe de contener los siguientes datos:

Complementos Industriales, c

Centeno 155

Granjas Esmeralda Tel. 5-82-21-34 y
México, 13, D. F., Ixtapalepe 5-81-29-08 y

Sr. (s) _____

México, D. F. a. _____

Muy señor (s) nuestros:

Nos es grato informarle que
_____ y por los Transportes _____
con talón No. _____ hemos enviado el pedido
rón a bien hacemos.

La factura que ampara esta compra
_____ por un importe de: _____
\$ _____

Esperando que reciba (n) la
mayor brevedad posible. nos permitimos recordarles que
aceptadas por Uds son: _____
y por lo tanto les rogamos nos envíen su pago a más
_____ por que de no hacerlo así nos vemos
a reducirles el descuento acordado.

Su pedido fué despachado _____

En espera de sus órdenes como
como siempre sus Attos., Afmos., amigos y SS. y Ss.

A T E N T A M E N T E

**COMPLEMENTOS INDUSTRIALES
DEPTO. DE CREDITO.**

F. Facturación.

Una vez que la mercancía es entregada, el repartidor obtiene la firma del cliente en la remisión o en el talón de embarque en su caso, para que la factura sea elaborada en base a este documento firmado por el cliente.

Los procedimientos empleados en la facturación varían según el tipo de empresa de que se trate, sin embargo en todos los casos deben de comprender las siguientes situaciones:

- La facturación debe ser independiente a las de contabilidad, cobro y embarque.
- La facturación debe ser revisada por una persona ajena a esta función.
- Debe verificarse que la venta se encuentre debidamente autorizada, que los conceptos de precio unitario, descuentos concedidos y operaciones aritméticas sean correctas.
- Todas las facturas deben estar prenumeradas y se deberá vigilar su expedición numérica.
- La factura deberá elaborarse con las copias necesarias, para los distintos departamentos de acuerdo con la organización propuesta, que naturalmente podrá alterarse en vista de las características de la empresa. Habrán intervenido en cada venta en abonos:
 - a) El cliente.
 - b) El vendedor.

- c) El departamento de crédito.
 - d) El departamento de ventas.
 - e) El departamento de almacén.
 - f) El departamento de facturación.
 - g) El departamento de contabilidad. etc.
- Las facturas canceladas deberán anularse en el -- original y las copias, archivándose en el depar-- tamento de contabilidad, guardando la secuencia-- numérica.
 - La factura deberá tener como mínimo los siguien-- tes datos:
 - a) Nombre de la compañía.
 - b) Dirección y teléfono.
 - c) Número de factura.
 - d) Número de pedido.
 - e) Nombre del agente de ventas.
 - f) Nombre y dirección del cliente.
 - g) Artículo y cantidades solicitadas.
 - h) Precio unitario.
 - i) Intereses, gastos de administración y cobranza.
 - j) Cédula de empadronamiento, Canaco y registro-- federal de causantes.

G. Devoluciones y descuentos sobre ventas.

Cuando se concedan devoluciones o descuentos sobre-- ventas, deben extenderse notas de crédito aprobadas -- por personas autorizadas para ello, pero que no depen-- dan del departamento de crédito, cobranzas o ventas.

Deberán existir políticas de descuento claras y precisas por escrito, para evitar malas interpretaciones en los descuentos concedidos.

El departamento de contabilidad deberá ser el encargado de vigilar la expedición y contabilización en orden numérico de las notas de crédito, ya que éstas deben estar prenumeradas.

A continuación se presenta una nota de crédito:

NOTA DE CREDITO	
EMISIDA POR	NUM. PROGRESIVO
A FAVOR DE	FECHA
	REFERENCIA
	SU ORDEN NO. NTA. FACTURA NO.

COM ESTA FECHA HEMOS ACREDITADO EN SU APRECIABLE CUENTA LO SIGUIENTE:

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
TOTAL				

CONCEPTO DEL CREDITO

CONTROL	FECHA POR	REVISADA	AUTORIZADA	AJUDA
----------------	-----------	----------	------------	-------

ROSA-CUENTE CANARIO-POLIZA BLANCA-EXPEDIENTE

1035

H. Documentación de la venta.

En el caso de que la empresa documente sus ventas, deberá elaborar simultáneamente a la formulación de la factura, los pagarés correspondientes que amparan la operación en abonos. Estos documentos quedarán en el departamento de cobranza para hacerlos efectivos - en su fecha de vencimiento, o bien para descontarlos - cuando las necesidades financieras de la empresa así lo exijan.

En las ventas en abonos es común que la empresa -- acepte documentos del cliente, generalmente pagarés, - con dos propósitos:

- a) La empresa está en posibilidad de disponer de un instrumento legal para hacer efectivo el documento, si el cliente por cualquier circunstancia, no lo pagara en la fecha de su vencimiento.
- b) La empresa está en posibilidad de obtener un préstamo al banco por el importe de la operación, descontando los documentos.

A continuación se presenta la redacción que deberá contener un pagaré:

NUM. [REDACTED] VENICE _____ POR \$ [REDACTED]

POR ESTE PAGARE prometo(emos) incondicionalmente pagar a la orden de **CA. A.G.S. MERCANTIL, S. A.**, en esta Ciudad de México, D. F., el día _____ de _____ de 19__

la cantidad de: [REDACTED]

Moneda Nacional, valor recibido a mi (nuestra) entera satisfacción.

Desde la fecha del vencimiento de este Documento hasta el día de la solución total del adeudo, éste causará intereses al tipo de _____ mensual, pagadero juntamente con el principal.

Este pagaré forma parte de una serie numerada del uno al _____ y todos están sujetos a la condición de que de no pagarse cualquiera de ellos a su vencimiento, serán exigibles todos los que le sigan en número, además de los ya vencidos.

México, D. F., a _____ de _____ de 19__

I. Recuperación de los créditos concedidos.

Inmediatamente a la elaboración de la factura y -- los pagarés que amparan la operación en abonos, se -- procederá a la recuperación del crédito concedido, ya que la operación de venta sólo puede darse por con -- cluída hasta que la inversión en mercancía, más la -- utilidad esperada se conviertan en dinero.

La operación de la recuperación de los créditos -- concedidos está a cargo del departamento de cobranza.

El boletín de Auditoria Operacional de Cobranza -- del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, nos de fine la operación de cobranza como sigue:

a) Definición de cobranza.- " La operación de co-
branza es el conjunto de actividades que rea -
liza una empresa para la recuperación del pre-
cio de los productos o servicios que fueron --
proporcionados a sus clientes mediante el uso-
de su crédito. "

b) Elaboración del expediente del cliente.- Al re
cibir los documentos que amparan la venta en -
abonos, el departamento de crédito deberá pro-
ceder a la elaboración del expediente del cli-
ente el cual deberá conteners:

- Solicitud de crédito o pre-forma de pedido.

- Nota de embarque o entrega.
- Copia de la factura expedida.
- Documentos recibidos (firmados por el cliente.)
- Contrato de compraventa en abonos.
Posteriormente se incluirán:
- Avisos de cobranza, notas de cargo o crédito etc.

Es muy importante el control que se lleve del expediente del cliente, porque al existir un control de los documentos y facturas, se vigilarán las fechas de vencimiento de los documentos firmados por el cliente para gestionar su cobro, y en caso de que éste llegara a demorarse, proceder en la forma que más convenga a los intereses de la empresa.

El contar con los métodos adecuados permitirá en un momento dado localizar los documentos y facturas que integran el saldo del deudor.

Es común entre las empresas que realizan ventas en abonos que se lleven archivos de los antecedentes de los clientes, de la cobranza en trámite, de la cobranza en poder de abogados y agencias de cobro.

Deben existir auxiliares que indiquen los documentos descontados en bancos, los documen-

tos enviados al cobro a bancos o a terceros; en cuanto sea posible el saldo de dichos registros debe confirmarse periódicamente con los depositarios.

Los documentos por cobrar deben ser controlados por medio de auxiliares que contengan como mínimo los siguientes datos:

- Número del documento.
- Nombre del deudor.
- Vencimiento.
- Importe.

Generalmente, el cardex es un auxiliar -- utilizado en el departamento de cobranza, -- que sirve para obtener el saldo real mostrado, tanto de los ingresos como egresos del -- cliente.

Para la recuperación de los créditos concedidos el departamento de cobranza deberá -- tomar en cuenta lo siguiente:

- La persona encargada de llevar a cabo la -- custodia de los documentos y facturas debe ser independiente de las funciones de em -- barque, facturación, registro y manejo del efectivo.
- Cuando se lleve a cabo un cobro a cuenta, -- éste debe ser anotado en el reverso de los documentos, o se deberá expedir recibos --

- que amparen las cantidades dadas a cuenta.
- Los documentos deben ser entregados mediante relación firmada de conformidad por --- quién los recibe (cobradores).
 - El cobrador deberá hacer liquidación dia -
ria de lo cobrado y devolver la documenta-
ción no cobrada.
 - Debe existir un control de los documentos-
y facturas por fechas de vencimiento.
 - Los documentos y facturas deben estar debida
mente protegidas (bóveda, caja fuerte, -
archiveros con llave etc.). Solo las per-
sonas debidamente autorizadas pueden tener
acceso a dichos documentos o facturas.
 - Deben existir registros en donde consten -
datos suficientes para conocer el origen -
y concepto de la operación y poder infor -
mar oportunamente sobre la cobranza reali-
zada.
 - Se debe llevar a cabo la verificación ----
periódica de la procedencia de los adeudos
revisar que se hayan hecho gestiones ade -
cuadas y oportunas de cobranza. Lo ante -
rior debe ser elaborado por un funcionario
competente.
 - Se deberá controlar y registrar las modifica
ciones en los adeudos de los clientes, -

derivados de intereses moratorios, remesas devueltas, rebajas, devoluciones, descuentos y reposiciones.

- Se debe enviar periódicamente estados de cuenta a los clientes. El envío, control e investigación de las diferencias, si las hubiere, debe estar a cargo de persona ajena a crédito, cobranza y registro de cuentas por cobrar.
- Las cuentas incobrables deben ser autorizadas y por escrito, por un funcionario competente ajeno a crédito, cobranza, registro de operaciones y ventas para su cancelación.
- Se deberán preparar relaciones por antigüedad de saldos y enviarlas a funcionarios competentes, la persona encargada de llevar a cabo éste punto debe ser ajeno a crédito y cobranza.

c) Formas de cobro.

El procedimiento para la cobranza consiste en que cada mes se sacará de la documentación correspondiente todos los abonos que vayan a vencer y en orden cronológico se guardan en una gaveta especial de la cual cada día se tomará la que deba cobrarse.

Las formas de cobro más comunes entre las empresas que realizan ventas en abonos son:

- Pagos en la tienda.
- Pagos a cobradores.

Pagos en la tienda.- Esta forma de pago tiene una ventaja para la empresa, ya que a ésta le conviene que sus clientes le paguen directamente en la tienda, porque el cliente al observar los artículos en exhibición puede pensar en realizar una nueva compra. Por lo que el pago personal en la tienda ofrece una oportunidad para realizar ventas adicionales. El procedimiento consiste, en devolver al cliente el pagaré en el momento en que efectúe el pago o abono.

Pagos a cobradores.- Consiste en contratar cobradores para que realicen los cobros de los abonos a los clientes pagando les una comisión sobre los cobros que efectúen. Este es un método costoso, sin embargo es conveniente, debido a que existen clientes, que si no se les cobra en su domicilio el abono o documento vencido no tomarían la iniciativa de ir por sí

mismos a pagar a la tienda.

El procedimiento es que a los cobrados habiéndoles marcado previamente sus zonas de cobro se les entreguen los documentos que deban cobrar, para lo cual deberán firmar las relaciones correspondientes. - El cobrador deberá entregar el pagaré correspondiente al cliente cuando el pago se efectúa.

Cuando se lleve a cabo un cobro a cuenta, éste debe ser anotado por el cobrador al reverso de los documentos. También es común que se expida un recibo que ampare la cantidad recibida a cuenta, y al cubrir el importe total del documento, éste se le entrega al cliente y el devuelve el recibo o recibos expedidos por los pagos a cuenta. El aceptar una parte del pago es una buena política de cobranza, ya que se deben recuperar todos los abonos hasta que se agoten todos los medios, sin embargo se debe aclarar siempre al cliente que el aceptar cobros a cuenta y sobre todo si está documentado es una excepción en la política general de la empresa; de otra manera, el cliente puede considerar tal arreglo como un precedente.

Por último el cobrador deberá entregar -
diariamente el monto total de la cobranza -
efectuada a la caja y devolver toda aquella
que no fué cobrada.

Existen otros procedimientos utilizados -
en la cobranza de los abonos de los clien -
tes, los cuales son generalmente de recor -
datorio, tomando en cuenta las característi
cas particulares de cada cliente.

- Estados de cuenta.
- Cartas de insistencia.
- Llamadas telefónicas.
- Telegramas, etc.

Estados de cuenta.- Consiste en enviar al -
cliente un estado mensual de su cuenta, que -
no es más que una copia de la cuenta del --
cliente, que sirve para recordarle al clien
te la antigüedad de ciertas partidas e ins
tándolo para aprovechar descuentos por pron
to pago y otros incentivos que la empresa -
haya establecido para activar sus cobros. -
El estado de cuenta también da oportunidad
al cliente de comparar su contenido con el
de sus propios registros, verificando su --
exactitud y en su caso hacer oportunamente-

las aclaraciones.

Cartas de insistencia.- Este es un procedimiento de recordatorio para el cliente sobre el atraso de su cuenta, sin darle motivo para que se ofenda. Las cartas deberán redactarse de manera que parezca un tratamiento de rutina, sin embargo cuando el -- cliente a pesar de haber recibido gran número de cartas y éstas no le han producido ninguna impresión, se procederá a aumentar el tono de las cartas de cobranza, el cual crecerá progresivamente cada vez más firme para que el deudor preste atención a su -- cuenta.

Llamadas telefónicas.- Cuando las cartas -- de insistencia no han producido ninguna -- respuesta, las llamadas telefónicas proporcionan la oportunidad de discutir las razones por la falta de pago, en forma directa y personal. Además la llamada telefónica puede ser un recordatorio amable o una demanda enérgica según las circunstancias.

Insistencia por telegrama.- Los telegramas de cobranza frecuentemente producen exce -

lentes resultados. Un telegrama tiene la ventaja de alcanzar a la persona a quien va dirigido y dispone su atención inmediata. Además su contenido es corto y su urgencia es directa. Lleva cierto aire de determinación.

Una vez que se ha obtenido el pago de la cobranza efectuada, por cualquiera de las formas de cobro antes mencionadas, se procederá a elaborar una relación de la cobranza, valores recibidos por correo, enganches, notas de cargo y crédito etc. recibidos durante el día.

En el caso de las ventas en abonos ésta relación deberá elaborarse de acuerdo al año a que pertenezca cada cobro.

A continuación se presenta una relación de cobranza:

ELECTRONICA ARMOL, S. A.

México D.F., a . de 1983.

CORTE DE CAJA N° _____

ENTRADAS POR:

ENGANCHES.	\$ _____
CONTADOS.	_____
FONACOT.	_____
DESCUENTOS AL PERSONAL.	_____
OTROS.	_____
SUB-TOTAL.	\$ _____

	1983	1982	1981	
COBRANZA.	\$ _____	_____	_____	\$ _____
BONIFICACIONES	_____	_____	_____	_____
TOTAL DE ABONO A CLIENTES.	_____	_____	_____	_____

SALIDAS POR:

DEVOLUCION DE ENGANCHES.	_____
OTROS.	_____
TOTAL DEL DEPOSITO..	\$ _____

FÓRMULO.

REVISO.

Es importante informar oportunamente - sobre la cobranza realizada, ya que ésta - información debe proporcionar en su caso, los datos necesarios para el cálculo de - descuentos por pronto pago, incentivos a - cobradores, agentes y otros, los clientes activos y sus condiciones generales, las - cuentas de lenta recuperación y cobro du - doso, etc.

En términos generales, las ventas en - abonos requieren de un control y adminis - tración adecuados de las cuentas por co - brar, ya que se debe mantener un equili - brio armónico entre las ventas que se lo - gran y el capital que se recupera. Esta - administración y control no solo es apli - cable a las cuentas por cobrar sino a to - dos los aspectos que integran el campo de las ventas en abonos.

CONCLUSIONES

- 1) Las ventas en abonos representan para los compradores la facilidad de adquirir bienes a través de un enganche proporcionalmente pequeño y pagos periódicos -- que normalmente son de igual monto. Representan para -- el vendedor un aumento en el volumen de sus operacio-- nes, lo que trae como consecuencia un incremento en -- los resultados obtenidos siempre y cuando exista una -- técnica y procedimientos eficientes y adecuados, que -- permitan la vigilancia y control de los créditos con-- cedidos para la recuperación pronta de los mismos.

Las ventas en abonos se manejan generalmente en un tipo especial de comercio que son las mueblerías, la compra de línea blanca y artículos para el hogar, principalmente en comercios pequeños. En la actualidad han dejado de manejarse en grandes volúmenes, debido a las distintas modalidades del crédito que han surgido, --- como es el caso del crédito en cuenta corriente muy -- común hoy en día.

- 2) Las ventas en abonos fiscalmente tienen la facilidad que da el Código Fiscal, la Ley del Impuesto Sobre la Renta y la Ley del Impuesto al Valor Agregado que -- permiten diferir la utilidad para reconocerla cuando -- la cobranza ha sido efectuada, ésto es, que se acepta -- el criterio de que en cada abono se recupera parte del costo y parte de la utilidad de la mercancía vendida.

- 3) El tratamiento contable tradicional de las ventas -- en abonos no cumple con lo dispuesto por los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en forma espe--- cial los de Realización y Período Contable, ya que di--- chos principios consideran que cualquier venta se ha -- realizado cuando hay acuerdo de voluntades en el precio y en el artículo objeto de la transacción, lo que oca--- sionaría su registro inmediato a resultados del ejer--- cicio.
- 4) Es indispensable tomar otro criterio con respecto -- de los Principios de Contabilidad aplicables a las ven--- tas en abonos, por que no existe un tratamiento adecua--- do y bien definido para el registro de éstas ventas, -- como en el caso de la cuenta de utilidades por realizar en ventas en abonos que no tiene un lugar determinado -- dentro del Balance General. Por esta razón, es urgente--- la elaboración del boletín de Principios de Contabili--- dad Generalmente Aceptados llamado Ventas en Abonos --- propuesto por el Instituto Mexicano de Contadores Públi--- cos de México, A.C., ya que el tratamiento contable tra--- dicional de las ventas en abonos no se apega a lo esta--- blecido en dichos principios.
- 5) Nuestra Legislación establece que el método tradicio--- nal para registrar las ventas en abonos podrá utilizar--- se tanto para efectos fiscales como contables o solo --

para efectos fiscales, en éste último caso podrán registrarse en la Contabilidad en cuentas de orden o bien en un registro por separado, ambos métodos de registro representan serios problemas de control y el contador debe ser particularmente cuidadoso en resolver dichos problemas

BIBLIOGRAFIA.

- Contabilidad Intermedia II.- Raúl Niño Alvarez.
- Contabilidad Superior.- Alejandro Prieto.
- Control de Ventas en Abonos.- Matilde Morales Perez.
- El Crédito a la Pequeña y Mediana Industria.- Avila Rangel,
Brindis Molina y Zamorano Angeles.
- Contabilidad Segundo Curso.- Marcos Sastrias Freudenberg.
- Contabilidad General.- Maximino Anzures.
- Estudio de la Aplicación del Sistema de Ventas en Abonos de
Bienes Muebles en una Empresa Comercial.- Enrique Silva Gu-
tierrez.
- Manual del Contador.- W.A. Paton.
- Principios de Contabilidad y Control.- Vance Taussig.
- Sistemas de Contabilidad.- Alejandro Prieto.
- Normas y Procedimientos de Auditoria.- Instituto Mexicano -
de Contadores Públicos , A.C.

Boletín " El Método de Ventas en Abonos".- Mancera Hermanos.

Boletines de la Comisión de Principios de Contabilidad del-
Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Boletines de la Comisión de Auditoria Operacional del Insti-
tuto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Revista Contaduría Pública, mayo 1976.

Artículo: "Elementos del Costo de Operar a Crédito".- Gui-
llermo Weidmann Aguirre.

Derecho Mercantil Mexicano.- Felipe J. Tena.

Código Civil.

Código de Comercio.

Código Fiscal de la Federación.

Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Ley Federal de Protección al Consumidor.

Transitorios de la Ley de Reformas de 1982.