República Bolivariana de Venezuela

Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria

Pontificia Universidad Católica Santa Rosa

Escuela de Contaduría Pública Y Administración de Empresas

Sección N04AB

Contabilidad IV

**Informe de Consignaciones y Comisiones**

**Docente:**

Frank.Clemente. **Autores:**

Mariangel Albarran

C.I 32.054.913

Elimar Morales

C.I 31.191.557

Manuel Suárez

C.I. 30.720.049

Caracas, 30 de Septiembre 2025

**INTRODUCCIÓN**

La consignación es un modelo comercial que ha ganado popularidad en diversos sectores debido a su flexibilidad y capacidad para optimizar la distribución de productos. En esencia, este acuerdo permite que un consignador entregue bienes a un consignatario, quien se encarga de venderlos en su nombre, sin que el consignatario deba comprarlos por adelantado. Este mecanismo no solo facilita la entrada de productos en nuevos mercados, sino que también minimiza el riesgo financiero para el consignatario, lo que puede ser especialmente atractivo para emprendedores y pequeñas empresas. El proceso de consignación involucra una serie de roles y responsabilidades claramente definidos entre las partes. El consignador, quien mantiene la propiedad de los bienes hasta que se venden, debe confiar en que el consignatario actuará en su mejor interés para maximizar las ventas. Por su parte, el consignatario se beneficia de la posibilidad de ofrecer una variedad de productos sin la necesidad de realizar una inversión inicial significativa.

Sin embargo, este modelo no está exento de desafíos. La relación entre consignador y consignatario requiere una comunicación clara y un entendimiento mutuo de las condiciones del acuerdo, incluyendo aspectos como las comisiones, el manejo del inventario y las responsabilidades en caso de devoluciones o pérdidas. Además, es fundamental distinguir entre un contrato de consignación y otros tipos de acuerdos comerciales, ya que cada uno tiene implicaciones legales y financieras específicas. A lo largo de esta exploración, se profundizará en los elementos clave del proceso de consignación, sus ventajas y desventajas, así como las mejores prácticas para establecer relaciones comerciales exitosas en este contexto. Al final, se busca ofrecer una comprensión integral que permita a las empresas aprovechar al máximo este valioso recurso en su estrategia comercial.

**DESARROLLO**

1. **¿Qué es consignaciones?**

- Las consignaciones es un acuerdo o contrato que se establece en dos partes, una la cual entrega un bien o producto para la venta sin tener que entregar la propiedad del mismo de manera inmediata, a este se le llama (Consignador), y otra la cual recibe la mercancía/bien o producto para hacer la venta al cliente final a cambio de una comisión al final del proceso, cuando todos los artículos sean vendidos o el tiempo establecido se haya acabado. A este se le llama (Consignatario).

1. **¿Qué es el consignador?**

Nos queda claro que es aquel propietario que entrega su mercancía para la venta, sin embargo, también es aquel que asume los riesgos y costes de la misma, el que paga las comisiones del encargado de la venta de su producto y el que fija el precio de venta para el consignatario.

1. **¿Qué es el consignatario**?

Es el agente encargado de recibir la mercancía a cambio de una comisión por la venta,  él tiene la obligación de cuidar de la misma, debido a que no es el dueño del inventario en consignación, de igual manera, informa y liquida las cuentas.

1. **Roles del consignador.**

-Los roles del consignador se basan en:

4.1. El envío de la mercancía y toda la logística que eso conlleva, desde el embalaje, hasta la contratación de aseguradoras y transportistas, asumiendo así las responsabilidad por daños en el producto.

4.2. ⁠Fijar los precios de venta al cliente final al igual que el porcentaje de ganancia por comisión para el consignatario.

1. **Deberes del consignador:** Dentro de los deberes del mismo se puede encontrar, que debe de garantizar la mercancía que se utilizará en el proceso de la consignación, una vez firmado el contrato. Al igual que, cancelar al consignatario su porcentaje de comisión, una vez finalizado todo el proceso de venta al cliente final.
2. **Derechos del consignador:**

6.1. Tiene el derecho de pedir una restitución de la mercancía en caso, tal de que la misma no se haya vendido por completo en el tiempo acordado.

6.2.. ⁠ Cuenta con el derecho de pedir una rendición de cuentas e informes detallados sobre la situación de la mercancía.

6.3 ⁠ En caso de algún incumplimiento de los términos del contrato, tiene derecho a realizar modificaciones, o incluso dar por finalizado el contrato de consignación.

1. **Roles del consignatario:**

7.1. El consignatario es el encargado de recibir la mercancía por parte del consignador.

7.2. ⁠ también debe asegurarse de que la mercancía cumpla con todas las normativas tanto de seguridad, salud y medio ambiente del país, region o localidad.

7.3. ⁠ es el encargado de gestionar el almacén e inventario donde llega la mercancía por parte del proveedor.

1. **Deberes del consignatario:**

8.1. El consignatario debe de garantizar el bienestar y cuidado de las mercancías que le sean enviadas. ⁠

8.2. ⁠Asimismo, debe mantener los bienes del consignador separadas de su propio inventario y de otras consignaciones

8.3. ⁠ debe encargarse de informar y hacer las rendiciones de cuentas que le sean solicitadas por parte del consignador

**9. Derechos del consignatario:**

9.1. El consignatario tiene el derecho de exigir su comisión acordada en el contrato de consignación, al ser vendidos todos los artículos o se haya cumplido el tiempo acordado.

9.2. ⁠ tiene el derecho de pedir reembolso por gastos que se le hayan incurrido en la venta del producto, como por ejemplo, gastos por fletes, impuestos o almacenaje.

9.3. ⁠Tiene el derecho de hacer una devolución de la mercancía en caso de no vender todos los productos o si esta permitido en el contrato, permitiendole quedar libre de la obligación de pagar por ellos.

1. **¿Para que sirven?:**

Muchas empresas utilizan este modelo para poder mejorar su alcance, evitando asumir los riesgos de llevar un producto desconocido a una localidad donde no se tiene la certeza de la rentabilidad que este mismo pueda tener, de esta manera se aseguran de probar a raíz de un local ya establecido como les iría en sus venta. Esto en el caso del consignador. Para el consignatario tiene la función de ampliar la variedad de productos en su local sin tener que comprarlos por adelantado y obtener una ganancia por comisiones por un producto que no fabrico o no le pertenece.

1. **Ventajas:**

•Para **el consignador**: es ventajoso debido a que puede reducir costos de almacenamiento y enfocarse en el traslado de mercancía o Producción, tambien el hacer tratos con tiendas ya establecidas le Permite acceder a nuevos mercados y clientes sin invertir en marketing.

•Para **el consignatario**: Aquí una de las ventajas principales es que hay menor riesgo financiero, ya que puedes tener productos sin inversion que Si no se venden pueden ser devueltos al propietario sin generar pérdida o tener existencias obsoletas, asi aumentando el flujo de caja, que sería otra ventaja ya que, se puede usar ese capital en otras areas para el negocios y aun asi generar ganancias por comisiones con productos que no te pertenecen.

1. **Desventajas**

•Para **el consignador:** Como consignador corres con el riesgo de Perder el control sobre la venta o que por lo contrario, este no se venda y tengan que devolvertelos y llevar el gasto de reintegro a tu almacén, tambien tienes la desventala de ganar menos al compartir comisiones.

•Para **el consignatario:** Tienes la desventaja de gestionar el almacenamiento Ocupando espacio con productos que no te pertenecen, correr con la responsabilidad por Pérdidas o daños y tener que depender del consignador Para tener un fluso constante de inventario.

1. **Normas de las consignaciones establecidas en el código de comercio.**
   1. Artículo 383.- El comisionista debe examinar el estado en que recibiere los efectos consignados, hacer constar legalmente en el acto las diferencias o deterioros que advirtiere y comunicarlo lo más pronto posible al comitente.
   2. Artículo 398.- Cuando el comisionista reciba de distintos comitentes mercancías de la misma especie, deberá distinguirlas con una contramarca.

En ningún caso podrá el comisionista alterar las marcas de las mercancías consignadas, sin expresa autorización del comitente.

* 1. Artículo 399.- Si el comisionista hace préstamos, anticipaciones o ventas al fiado, sin autorización del comitente, podrá éste exigir de contado el importe de las operaciones hechas, dejándolas por cuenta del comisionista.

1. **Diferencias entre contratos de venta y de consignación:**

Las principales diferencias que podemos encontrar entre contratos de venta y contratos de consignación, radica sobre todo en la transmisión de la propiedad, debido a qué, como bien lo dice en el concepto base de la consignación, el consignador mantiene la propiedad sobre la mercancía, y sólo se la da al consignatario para exhibirla y venderla, y deja de ser dueño de esta al momento en que se realiza la venta final, a diferencia de un contrato de venta, donde la propiedad se transfiere de manera inmediata de un vendedor a un comprador. Ahí podemos encontrar otra diferencia, y es que en un contrato de venta, el comprador está obligado a pagar un precio para hacerse de la propiedad de el bien que esté comprando, mientras que, en un contrato de consignación, el consignatario solo está obligado a pagar el precio fijo de venta correspondiente al consignador una vez realizada la venta completa del bien o mercancía, o en su defecto está obligado a hacer la devolución al consignador de los bienes no vendidos en el plazo estipulado.

**15.¿Qué son comisiones?**

las comisiones son tarifas o compensaciones variables que usualmente se dan con un porcentaje.que se pagan a empleados, agentes o entidades externas por facilitar, supervisar ,completar una venta o prestación de servicio, considerándose un gasto de venta para la empresa que las paga y un ingreso por comisiones para quien las recibe.

**16.Tipos de comisiones en la contabilidad**

**16.1.comisión por ventas.**

Una comisión por ventas es un pago que recibe un vendedor como incentivo por las ventas que ha realizado, y que generalmente consiste en un porcentaje sobre el precio de venta del producto o servicio.

**16.2.Comisiones bancarias.**

Las comisiones bancarias son un porcentaje que los bancos cobran a sus clientes por la prestación de servicios como realizar una transferencia, administrar una cuenta, conceder una tarjeta de crédito. Estos cobros son la forma en la que los bancos obtienen ingresos por sus servicios y los clientes deben estar debidamente informados al respecto.

**16.3 Comisiones escalonadas.**

Las comisiones escalonadas son una estructura de compensación variable en ventas, donde el porcentaje de comisión que gana un vendedor aumenta a medida que este supera ciertos objetivos de ventas o ingresos.

**¿Cómo funciona?**

•La empresa define diferentes rangos de ventas o cuotas.

•Cada nivel tiene asociado un porcentaje de comisión más alto que el anterior.

• A medida que el vendedor supera una cuota predeterminada, su comisión se incrementa al siguiente nivel, como si subiera una escalera.

**Ejemplo.**

•Si un vendedor vende hasta $10,000, podría ganar un 5% de comisión.

•Si vende entre $10,100 y $20,000, la comisión podría subir al 7%.

•Si supera los $20,000, podría recibir un 10% de comisión sobre todas las ventas.

**17.Modelos de comisiones.**

Los modelos de comisión más comunes son los de salario base + comisión, que brindan seguridad y recompensa, y los de solo comisión, que motivan la venta al vincular todo el ingreso a ella, siendo la comisión escalonada la más popular por incentivar el crecimiento de ventas. La elección ideal depende de si buscas estabilidad, maximizar ventas o fomentar la lealtad del cliente.

Para un Balance entre Estabilidad y Motivación; el modelo de comisión sería:

* **Salario base + comisión :**
  + **Pros:** Ofrece estabilidad de ingresos y una motivación adicional para alcanzar objetivos de ventas.
  + **Cons:** Puede disminuir el incentivo para los vendedores que ya alcanzan su salario base.

Para Impulsar el Esfuerzo y las Ventas, el modelo de comisión recomendado es:

* **Solo comisión:**
  + **Pros:** Máxima motivación para vender, ya que todos los ingresos dependen del desempeño.
  + **Cons:** Mayor riesgo para el vendedor, pues sus ingresos son variables e inseguros.

**Explicación Teórica del Ejercicio de Consignación y Comisión**

**Contexto del Ejercicio**

El 05 de Marzo de 2023, Comercial Elorza C.A., envía mercancía en consignación a Comercial Emporio, C.A., por un valor al costo de Bs.15.000,00, en las siguientes condiciones de Contrato:

a.- Precio de venta de la mercancía Bs.20.000,00.

b.- I.V.A. 16%.

c.- Finiquito Mensual.

d.- Comercial Emporio, C.A. paga flete por Bs.200,00 en efectivo, al recibir la mercancía.

e.- La Comisión es el 10% de la venta.

f.- Nota de Entrega No. 0234.

g.- Factura No.4805

Proceso Contable

El proceso contable se divide en registros tanto para el consignatario como para el consignador.

1. Registro Contable del Consignatario

El consignatario realiza varios registros contables a lo largo del proceso:

- Recepción de Mercancía:

- Se registra la mercancía recibida en consignación como un activo en las cuentas de orden. Esto refleja que la mercancía no es de su propiedad, pero está bajo su custodia.

- Pago del Flete:

- El consignatario registra el pago del flete como una cuenta por cobrar al consignador, ya que tiene derecho a que se le reembolse este gasto.

- Venta de Mercancía:

- Al vender la mercancía, el consignatario registra el ingreso total, que incluye el precio de venta más el IVA. Esto se registra como un ingreso en su cuenta bancaria.

- Finiquito Mensual:

- Se registra el finiquito mensual, donde se contabiliza la comisión ganada y el reembolso del flete. El consignatario paga al consignador el monto correspondiente a las ventas, menos su comisión.

- Reverso de Mercancía:

- Finalmente, se realiza un registro de reverso de la mercancía recibida, indicando que toda la mercancía ha sido vendida.

2. Registro Contable del Consignador

El consignador también realiza registros contables relacionados con la transacción:

- Envío de Mercancía:

- Se registra la mercancía enviada en consignación como un activo en las cuentas de orden. Esto refleja que la mercancía está en tránsito y aún pertenece al consignador.

- Registro de Ventas:

- Al recibir el pago por la venta de la mercancía, el consignador registra el ingreso total, que incluye el precio de venta y el IVA. También se registran los gastos asociados, como la comisión y el flete.

- Reverso de Mercancía Enviada:

- Se realiza un registro de reverso de la mercancía enviada, indicando que la mercancía ha sido vendida por el consignatario.

Ejercicio para los estudiantes:

a.La compañía Cobo, envía mercancías en consignación a Comercial Carabobo S.A por

bolívares 12.000,00

b.El consignatario al recibir la mercancía comprueba que bolívares 600,00 llegaron con

deterioro. Se llega al acuerdo con el comitente de rebajar Bs.240

c.El consignatario al recibir la mercancía, cancela bolívares 60,00 por gastos de transporte. Lo carga al consignador

d.El consignador paga gastos diversos con cheque, por el envío de la mercancía, por

un total del 10%

e.El consignatario vendió mercancías en consignación por bolívares 8.000,00 a crédito, su costo representa el 50%

f.El consignatario toma el 20% de comisión sobre las ventas efectuadas

g.El consignatario envía Bs.500 por transferencia

h. El consignador envía mercancía al consignatario por bolívares 3.500, por la misma cancela con efectivo gastos propios del envío por bolívares 485,00

**CONCLUSIÓN**

La consignación se define como una estrategia comercial eficaz que ofrece a las empresas la oportunidad de ampliar su presencia en el mercado sin incurrir en los riesgos financieros típicos de la compra directa de inventario. Este modelo no solo permite a los consignadores introducir sus productos en nuevos puntos de venta, sino que también brinda a los consignatarios la posibilidad de diversificar su oferta sin comprometer capital inicial. Sin embargo, para que la consignación sea verdaderamente efectiva, es fundamental establecer acuerdos claros que definan responsabilidades, condiciones de venta y procedimientos para la gestión de devoluciones. La confianza y la comunicación abierta entre ambas partes son esenciales para superar los desafíos inherentes a este modelo, como la gestión del inventario y el seguimiento de ventas.

Al implementar las mejores prácticas y fomentar relaciones colaborativas, las empresas pueden maximizar los beneficios de la consignación, transformándola en una herramienta poderosa para el crecimiento sostenible. En un entorno comercial cada vez más dinámico y competitivo, la consignación no solo representa un medio innovador de distribución, sino también una vía para construir alianzas estratégicas que potencien el éxito y la adaptabilidad en el mercado. Con un enfoque proactivo y bien estructurado, las organizaciones pueden aprovechar al máximo esta modalidad, alineándose con las expectativas cambiantes de los consumidores y posicionándose favorablemente para el futuro.

**BIBLIOGRAFÍAS**

**José Melich-Orsini - Doctrina General del contrato**

**Código de comercio de la republica bolivariana de venezuela - titulo viii del contrato de comision**

**A. Redondo Curso Práctico de contabilidad General y Superior**