



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

MATERIA: CONTABILIDAD AVANZADA.

**DOCENTE: CP. JIMENEZ MORENO
MIGUEL.**

ALUMNO: RICARDO LÓPEZ SANTIZ.

TRABAJO: ENSAYO.

GRADO: 6^{TO} CUATRIMESTRE

SEMIESCOLARIZADO.

FECHA DE ENTREGA: 06/06/2020.

Introducción

En este tema analizaremos dos conceptos muy importantes en la contabilidad que son ventas y el abono ya que es fundamental para los ejercicios contables y también conocer sus características

Ventas.

Se trata de todas las actividades que llevan al intercambio de un bien o servicio por dinero. Las empresas cuentan con organizaciones de ventas que se dividen en diferentes equipos, que se suelen fijar según estos aspectos:

- La región a la que se dirigen
- El producto o servicio que venden
- El cliente objetivo

Los representantes de ventas se ponen en contacto con personas que podrían estar interesadas en comprar el producto o servicio que vende su empresa. Estos posibles compradores demuestran interés de distintas maneras como, por ejemplo, visitando el sitio web de la empresa, descargando contenido o interactuando con la marca en las redes sociales.

El objetivo es comunicarse con las oportunidades de venta que hayan demostrado interés o que presenten un perfil similar al de su cliente objetivo, de modo que puedan ofrecerles una solución que las incentive a comprar el producto o servicio.

Ventas internas vs. Ventas externas

Algunos adoptan un enfoque de ventas internas, donde el equipo trabaja de manera remota desde una oficina; sus procesos suelen ser más ágiles y automatizados. Otros optan por una estrategia de ventas externas, en las que los representantes de ventas se reúnen en persona con los prospectos e intentan cerrar los negocios.

El hecho de que una empresa elija un enfoque de ventas internas o externas depende de su producto y mercado objetivo.

Características.

Cada vez que se vende un producto o servicio, hay gastos relacionados con las actividades que generan los ingresos por ventas. Sin embargo, la implementación y cumplimiento de las ventas no se consideran gastos de venta.

Por ejemplo, si una empresa vende paneles solares, el gasto de venta no es el costo de producción del panel solar ni la instalación del mismo.

Son estrictamente los gastos involucrados con la persona que se dirige a un vecindario y pasa todo el día tocando puertas hasta que consigue que alguien compre los paneles.

El salario, la comisión, el kilometraje y el estacionamiento de ese vendedor estarán incluidos en los gastos de venta.

Algunos componentes de los gastos de venta pueden cambiar cuando el volumen de ventas aumenta o disminuye, mientras que otros permanecen estables. Por tanto, estos gastos se consideran como gastos semivariabales.

Tipos de ventas

Existen diversos tipos de venta. Algunos relevantes incluyen:

Ventas directas: involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al detal, ventas puerta a puerta, venta social).

Ventas industriales: ventas de una empresa a otra.

Ventas indirectas: ocurre un contacto, pero no en persona (telemercadeo, correo).

Ventas electrónicas: vía Internet (B2B, B2C, C2C).

Ventas intermediadas: por medio de corredores.

Otros tipos de ventas incluyen: ventas consultivas, ventas complejas.

Ventas y marketing

Muchos tienden a confundir las ventas con el marketing (o mercadeo).

El marketing, aunque no hay consenso en torno a una definición, se refiere a un proceso muy amplio que incluye todo lo necesario para atraer y persuadir a un cliente potencial. Las ventas, por otro lado, se refieren a lo que necesita hacer para cerrar el negocio, y

firmar el contrato o acuerdo. Son dos disciplinas separadas, pero ambas son necesarias para el éxito de una organización, y si trabajan en conjunto, mucho mejor.

Abonos

Cuando hablamos de abono o abonar desde el punto de vista contable, siempre estamos haciendo referencia a un apunte contable en el haber. Ahora bien, esto no quiere decir que el significado siempre sea el mismo. Dependiendo si es una cuenta de activo o una cuenta de pasivo, un abono registrará un aumento o una disminución.

Vale la pena mencionar que el término abono utilizado en otros contextos es sinónimo de pagar. Cuando nos abonan cierta cantidad, quiere decir que nos la van a pagar. El concepto contrario es cargar, realizar un cargo. Por ejemplo, se realizará un cargo en su cuenta bancaria. Están diciendo que te van a cobrar algo.

Características.

- Los efectos que producen las operaciones en los diferentes elementos del balance, de tal manera que siempre subsista la igualdad entre el Activo y la suma del Pasivo con el **Capital**.
- Cuando se modifica el importe de la cuenta de activo, se produce otra modificación por la misma cantidad en el mismo activo; en el Pasivo o en el Capital Contable. Pese a los cambios producidos se conserva la igualdad del Estado de Situación Financiera; esto es, en todos los casos, el Activo sigue siendo igual a la suma del Pasivo más el Capital. Dicha igualdad se basa en la Ecuación Contable fundamental; esta es:

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{CAPITAL}$$

- Dicho en otras palabras, toda transacción financiera implica una acción por una parte y una reacción por la otra. De esta manera, toda transacción celebrada por una entidad económica tiene una causa o acción que produce un efecto o reacción, fenómeno que modifica los valores de los **Estados de Situación Financiera** por la misma cantidad.

Principio fundamentales

- Cuando el Activo aumenta (causa), ocurre lo siguiente (efectos):
 1. Disminuye el propio Activo
 2. Aumenta el Pasivo
 3. Aumenta el Capital Contable
- Cuando el Pasivo disminuye (causa), ocurre lo siguiente (efectos):
 1. Disminuye el Activo
 2. Aumenta el propio Pasivo

Aumenta el Capital Contable

 - 3.
- Cuando el Capital Contable disminuye (causa), ocurre lo siguiente (efectos):
 1. Disminuye el Activo
 2. Aumenta el Pasivo
 3. Aumenta el propio Capital Contable

Conclusión.

Un abono adquiere diferentes comportamientos y causa distintos efectos dependiendo del tipo de cuenta en el que se realizan. Las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Bibliografía:

https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa_del_cargo_y_el_abono

<https://www.lifeder.com/gastos-de-venta/>

<https://economipedia.com/definiciones/abono.html#:~:text=En%20lo%20que%20respecta%20a,el%20Debe%20de%20la%20cuenta.>

<https://francescmas.com/2013/04/09/en-ventas-caracteristicas-beneficios-y-motivadores/>

<https://www.gestiopolis.com/caracteristicas-beneficios-producto-ventas/>