Retos en el reconocimiento de ingresos en los canales de venta

e-commerce y pago directo

JA Del Río

una firma de **Plante Moran**



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Expositores



María José González
Socia Líder Industria Retail, LATAM



Jairo Rodríguez
Socio Auditoría, LATAM



Juan Ramón Carcaño L.
Socio Líder Servicios de Riesgos y Asesoría Financiera, LATAM



Carlos Sarabia
Gerente Servicios de Riesgos y Asesoría Financiera

EXPOSITORES



AGENDA

I. Reconocimiento de ingresos en los distintos canales de venta.

   - Particularidades en los distintos canales de venta.

II. Principales retos en el reconocimiento de ingresos.

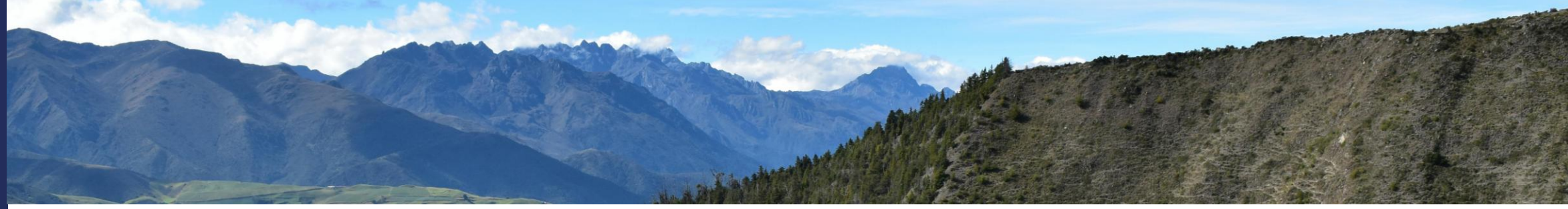
III. Mejoras en los procesos de conciliación y control.

IV. Conclusiones.

V. Sesión de preguntas y respuestas.

JA Del Río
una firma de Plante Moran

INDUSTRIA DE RETAIL EN MÉXICO



La Industria de Retail en México

Industria con presencia en todo el país que se refleja en millones de establecimientos y empleos.

$5.32 billones

Mercado retail estimado

MXN | 2025

2.43 millones

Establecimientos minoristas

Censos Económicos 2024

6.84 millones

Personas ocupadas

Censos Económicos 2024

JA Del Río
una firma de Plante Moran

INDUSTRIA DE RETAIL EN MÉXICO



La Industria de Retail en México

En 2025, casi 1 de cada 5 pesos del comercio minorista se generó en el canal digital.

$941 mil M

Ventas por e-commerce

MXN | 2025

+19.2%

Crecimiento anual

Nominal | 2025 vs. 2024

77.2 M

Compradores digitales

Personas | 2025

Composición estimada de las ventas minoristas



17.7% digital

82.3% resto del mercado*



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Reconocimiento de ingresos en los distintos canales de venta.

JA Del Río
una firma de Plante Moran

RECONOCIMIENTO DE LOS INGRESOS

Reconocimiento de ingresos por canal de venta

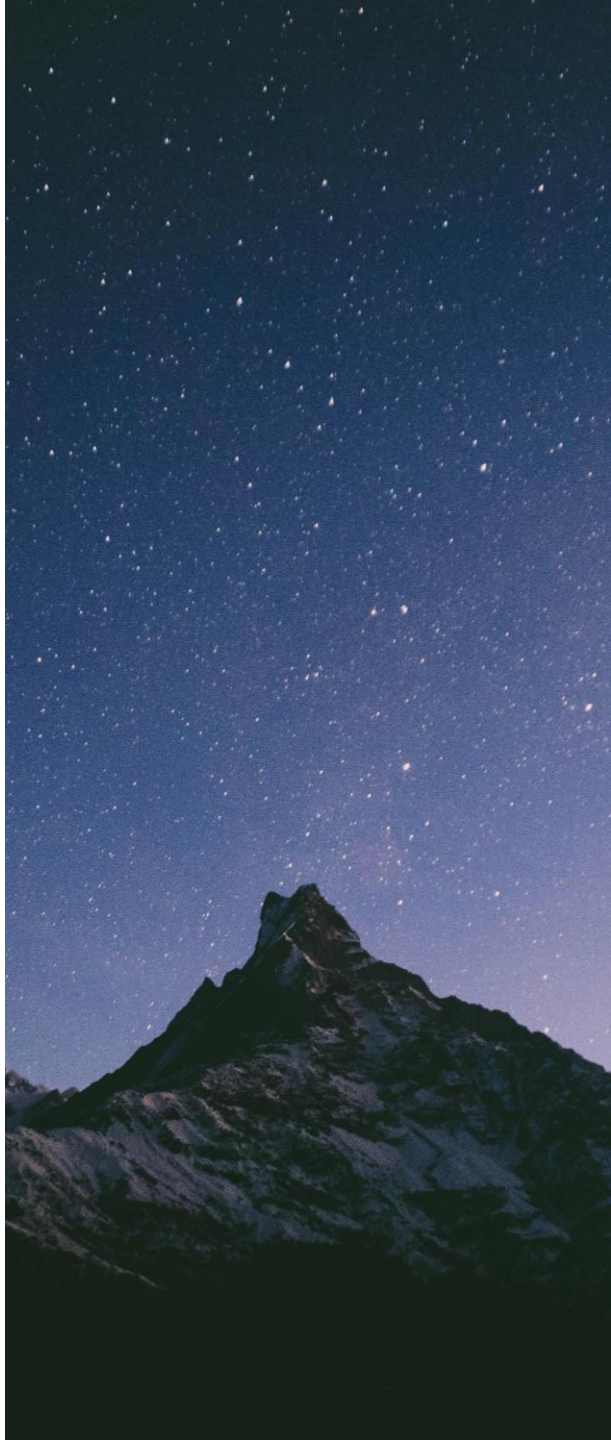
Análisis técnico bajo IFRS 15 y NIF D-1

El reconocimiento de ingresos en **e-commerce, tiendas departamentales y tiendas de conveniencia** presenta diferencias importantes debido a la forma en que se realizan las transacciones, los mecanismos de cobro, las condiciones de entrega y las obligaciones asumidas frente a los clientes.

Sin embargo, los tres canales comparten un principio fundamental:

Los ingresos deben reconocerse cuando la entidad satisface su obligación de desempeño mediante la transferencia del control de los bienes o servicios al cliente, por el importe de la contraprestación a la que espera tener derecho.

El reconocimiento no depende exclusivamente de la fecha de facturación, del cobro o de la emisión de una orden de compra.



Reconocimiento de ingresos por canal de venta

¿Qué activa el ingreso?

El cumplimiento de una obligación de desempeño mediante la transferencia del control de un bien o servicio al cliente.

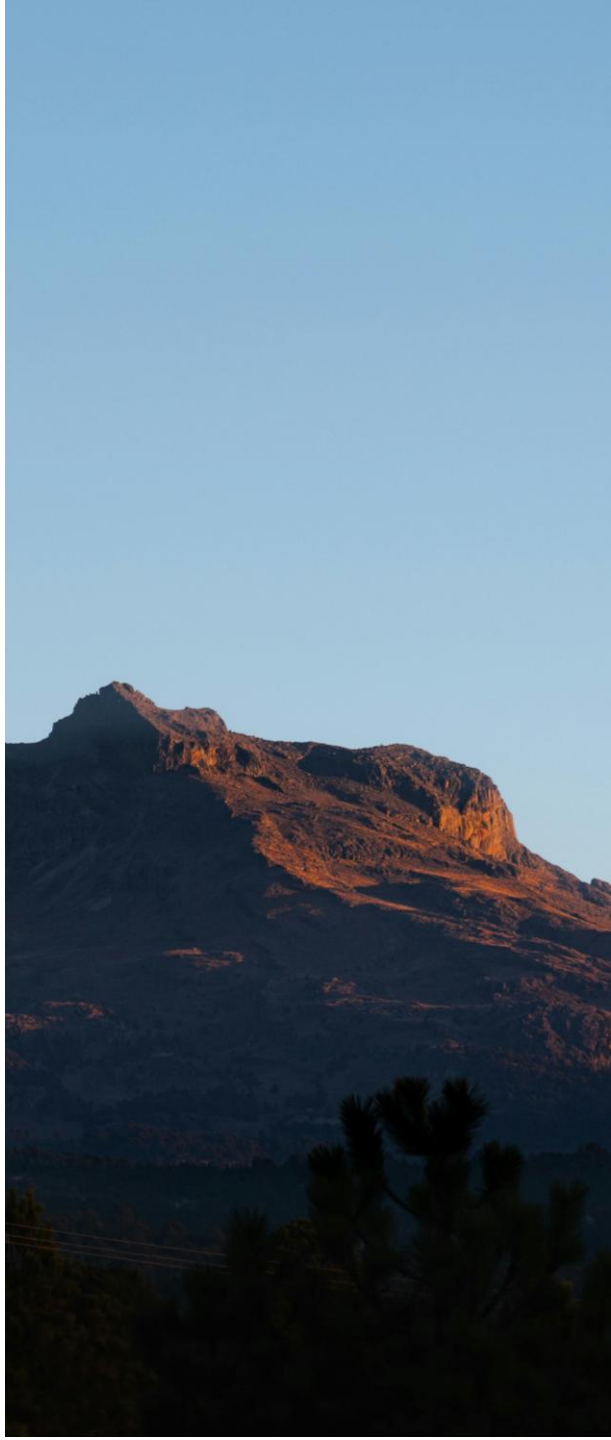
NO es suficiente

Recibir efectivo, generar una factura o confirmar una orden de compra.

SÍ debe evaluarse

Contrato, obligaciones, precio de transacción y evidencia de control transferido.

Sustento: NIF D-1, capítulos 40–45; IFRS 15, párrs. 9–45, 47–90.



Reconocimiento de ingresos por canal de venta

Tanto la NIF D-1, Ingresos por contratos con clientes, como la IFRS 15, Revenue from Contracts with Customers, establecen un modelo de cinco pasos para el reconocimiento de ingresos, basado en la transferencia de control de bienes o servicios al cliente.

Ambas normas comparten el principio fundamental de que el reconocimiento de ingresos depende de la transferencia de control, y no exclusivamente de la facturación o del cobro.

Modelo de cinco pasos: ruta contable



- Identificar lo prometido al cliente y la contraprestación aplicable.
- Reconocer cuando se satisface cada obligación, en un momento o a lo largo del tiempo.

Reconocimiento de ingresos bajo norma NIF D-1 IFRS 15

Aplicación de los cinco pasos por canal de venta

Paso	E-commerce	Tiendas departamentales	Tiendas de conveniencia
1. Contrato	Pedido confirmado y condiciones aceptadas	Transacción de compraventa y condiciones comerciales	Compra realizada en el punto de venta
2. Obligaciones	Producto, entrega y servicios adicionales, según contrato	Producto, puntos de lealtad y servicios separables	Producto o servicio adquirido
3. Precio	Precio neto, descuentos y devoluciones estimadas	Precio considerando promociones, descuentos y beneficios	Precio de venta y descuentos aplicables
4. Asignación	Entre las obligaciones distintas identificadas	Entre productos, puntos y servicios adicionales	Generalmente al producto vendido
5. Reconocimiento	Cuando se transfiere el control conforme a las condiciones de venta	Generalmente al entregar el producto	Generalmente al entregar el producto en caja

En tiendas de conveniencia, los cinco pasos pueden ocurrir prácticamente de manera simultánea.

La **NIF D-1 y la IFRS 15** establecen un modelo homogéneo de cinco pasos para el reconocimiento de ingresos. Aunque los principios contables son consistentes, su aplicación requiere considerar las características de cada canal de venta, particularmente las obligaciones contractuales, las condiciones de entrega, los mecanismos de cobro, las promociones y las operaciones realizadas por cuenta de terceros.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Particularidades del reconocimiento de ingresos para el canal de ventas e-commerce

E-commerce







¿Cómo funciona el reconocimiento?
En este canal pueden existir varios eventos antes de que se reconozca contablemente el ingreso.

28 dic.
PEDIDO
Sin ingreso

→

28 dic.
PAGO
Cobro anticipado

→

29 dic.
DESPACHO
Control pendiente

→

2 ene.
ENTREGA
Ingreso

→

4 ene.
LIQUIDACIÓN
Deposito neto

Supuesto: las condiciones contractuales establecen que el control se transfiere al cliente al recibir el producto. Si el control se transfiriera antes, cambiaría el momento de reconocimiento.

Tratamiento de los cobros anticipados en e-commerce

Momento de la operación	Tratamiento contable
1. El cliente realiza el pedido y efectúa el pago	El importe recibido o por recibir del intermediario se reconoce como un activo, según corresponda. Si aún no se transfiere el control, se reconoce un pasivo por contrato.
2. La plataforma de pago procesa la operación	Si la plataforma retiene los recursos, se reconoce el derecho de cobro frente al intermediario, sujeto a las condiciones contractuales.
3. Se entrega el producto al cliente	Cuando se transfiere el control, se reconoce el ingreso y se cancela el pasivo por contrato correspondiente.
4. El intermediario deposita el dinero	Se cancela la cuenta por cobrar al intermediario contra el depósito bancario recibido, considerando las comisiones aplicables.



E-commerce

Particularidades relevantes

- **Marketplace:** Si la entidad controla el producto antes de transferirlo al cliente, generalmente actúa como principal y reconoce ingresos brutos. Si únicamente organiza que un tercero proporcione el producto, podría actuar como agente y reconocer una comisión.
- **Gastos de envío:** Debe determinarse si el transporte representa una obligación de desempeño distinta o una actividad necesaria para cumplir con la entrega.
- **Devoluciones:** Se reconoce el ingreso considerando las devoluciones esperadas y, cuando corresponda, un pasivo por reembolso.
- **Pagos anticipados:** No se reconocen automáticamente como ingresos.
- **Promociones y cupones:** Pueden reducir el precio de transacción o generar obligaciones adicionales, dependiendo de sus condiciones.

Principal riesgo: Que el ERP reconozca automáticamente los ingresos cuando el cliente paga o cuando se genera la factura, sin verificar la transferencia de control.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Particularidades del reconocimiento de ingresos para el canal de ventas de tiendas departamentales

Tiendas departamentales







¿Cómo funciona el reconocimiento?

En una tienda departamental, el ingreso por la venta de mercancía propia normalmente se reconoce cuando el cliente obtiene el control del producto, generalmente al recibirlo en la tienda. La complejidad se presenta cuando una transacción incluye descuentos, financiamiento, puntos de lealtad, promociones y devoluciones.

Conciliación y liquidación de ventas en cajas

Una tienda departamental registra ventas por $500,000 durante el día, mediante diferentes medios de pago. Al realizar el cierre de caja, debe verificar que las operaciones registradas coincidan con los cobros y las liquidaciones correspondientes.

Distribución de ventas por medio de pago

Medio de pago	Ventas registradas	Tratamiento
Efectivo	$100,000	Recursos recibidos directamente en caja.
Tarjetas bancarias	$300,000	Recursos pendientes de liquidación por el adquirente.
Tarjetas departamentales	$100,000	Cuentas por cobrar derivadas del financiamiento otorgado a clientes.
Total de ventas	$500,000	Ingresos por ventas del día

Tiendas departamentales

Otras operaciones particulares

Operación	Tratamiento contable general
Venta tradicional	Reconocer el ingreso al transferir el control del producto.
Venta con descuento inmediato	Reconocer el precio neto del descuento, cuando corresponda.
Venta con derecho a devolución	Reconocer el ingreso excluyendo las devoluciones esperadas y registrar el pasivo por reembolso correspondiente.
Apartados	Generalmente registrar un anticipo hasta que se transfiera el control.
Tarjetas de regalo	Registrar inicialmente un pasivo por contrato y reconocer el ingreso conforme se rediman o cuando proceda reconocer saldos no utilizados (breakage).
Venta a crédito	Reconocer el ingreso al transferir el control y una cuenta por cobrar; evaluar el componente financiero cuando sea significativo.
Productos de terceros en concesión	Determinar si la tienda actúa como principal o agente.
Faltantes o sobrantes de efectivo en el corte de caja	Las diferencias entre el efectivo esperado según las ventas registradas y el efectivo físico disponible deben investigarse y reconocerse conforme a su naturaleza. Estas diferencias no modifican automáticamente los ingresos por ventas.

Principal riesgo: Reconocer la totalidad de la contraprestación como ingresos, sin separar obligaciones futuras ni considerar las estimaciones por devoluciones.



Particularidades del reconocimiento de ingresos para el canal de ventas de tiendas de conveniencia

Tiendas de conveniencia







El principio fundamental es reconocer el ingreso cuando el cliente obtiene el control del bien o cuando el servicio comprometido ha sido prestado y no simplemente cuando la tienda recibe el efectivo.

¿Cómo funciona el reconocimiento?

En las tiendas de conveniencia, el ingreso por la venta de mercancía normalmente se reconoce en el momento en que el producto se entrega al cliente y se realiza la venta en caja.

Por ello, el principal reto no suele ser identificar cuándo reconocer el ingreso, sino asegurar que todas las ventas se registren correctamente, que cada tipo de ingreso se clasifique de forma adecuada y que los cobros recibidos por efectivo, tarjetas y otros medios coincidan con las ventas registradas.

En las tiendas de conveniencia, los ingresos provienen principalmente de la venta de productos de consumo inmediato, alimentos, bebidas y de la prestación de servicios complementarios.

En las ventas tradicionales de mostrador, el ingreso generalmente se reconoce en el momento en que el producto es entregado al consumidor y se completa la operación en el punto de venta.

En el caso de servicios como el cobro de recibos, recargas o pagos realizados a terceros, la tienda normalmente actúa como intermediario. Por ello, el importe total recibido del cliente no representa ingreso propio. El ingreso corresponde únicamente a la comisión obtenida por prestar el servicio de intermediación y se reconoce cuando la tienda ha procesado satisfactoriamente la operación y ha cumplido con su obligación de servicio.



Tiendas de conveniencia

Reconocimiento de ingresos según el tipo de operación en tiendas de conveniencia

Tipo de transacción	¿Cuándo se reconoce el ingreso?	¿Cómo se reconoce contablemente?
Venta de mercancías	Cuando el cliente recibe los productos en tienda.	Se reconoce el valor total de la venta, sin incluir IVA, y el costo de los productos vendidos.
Recargas telefónicas	Cuando se procesa exitosamente la recarga.	Si la tienda de conveniencia actúa como intermediario, únicamente reconoce como ingreso la comisión que le corresponde, no el importe total de la recarga.
Pago de servicios (luz, agua, telefonía)	Cuando se procesa el pago del servicio.	Se reconoce únicamente la comisión ganada cuando la tienda de conveniencia actúa como intermediario. El importe del recibo corresponde a terceros.
Ingresos por servicios	Cuando el servicio ha sido efectivamente prestado y se emite la factura correspondiente.	Se reconoce un ingreso por servicios contra una cuenta por cobrar o efectivo, según corresponda.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Principales retos en el reconocimiento de ingresos.

Principales retos en el reconocimiento de ingresos por canal de venta



Desde una perspectiva de consultoría contable y control interno, el principal desafío de las empresas del Sector Retail no consiste únicamente en determinar cuándo reconocer un ingreso, sino también en asegurar que se reconozca por el importe correcto, en el periodo correspondiente y con información íntegra y confiable.

Aunque los tres canales aplican los mismos principios de la NIF D-1 e IFRS 15, sus características operativas generan riesgos diferentes.

E-commerce

Principal desafío: determinar cuándo y por cuánto reconocer los ingresos en operaciones digitales.
Los pedidos, pagos, envíos y entregas pueden ocurrir en fechas distintas y registrarse en diferentes plataformas.

Reto	¿Qué puede salir mal?
1. Diferencia entre fechas de pedido, pago y entrega	Reconocimiento anticipado o tardío de ingresos.
2. Integración de plataformas de venta, logística y ERP	Omisión o duplicidad de transacciones.
3. Ventas a través de Marketplace	Reconocimiento bruto o neto incorrecto por no evaluar principal versus agente.
4. Devoluciones y cancelaciones	Sobrevaluación de ingresos y subvaluación de pasivos por reembolsos.
5. Comisiones y liquidaciones de plataformas	Confusión entre ventas, cuentas por cobrar, gastos y depósitos.

Principales retos en el reconocimiento de ingresos por canal de venta



Tiendas departamentales
Principal desafío: determinar correctamente el importe de ingresos cuando las ventas incluyen beneficios y obligaciones adicionales.

Las promociones, tarjetas de regalo, programas de lealtad, ventas a crédito y devoluciones pueden modificar el tratamiento contable.

Reto	¿Qué puede salir mal?
1. Descuentos, promociones y bonificaciones	Reconocimiento incorrecto del precio de transacción.
2. Programas de lealtad y monederos electrónicos	Omisión de obligaciones de desempeño o pasivos.
3. Devoluciones y cambios de mercancía	Sobrevaluación de ingresos y errores en las estimaciones.
4. Ventas a crédito y financiamiento	Clasificación incorrecta de componentes financieros significativos.
5. Productos de terceros, concesiones y consignaciones	Presentación incorrecta de ingresos brutos o comisiones.

Principales retos en el reconocimiento de ingresos por canal de venta



Tiendas de conveniencia
Principal desafío: garantizar la integridad, exactitud y clasificación de un alto volumen de transacciones.

La operación involucra ventas de mercancías, distintos medios de pago y servicios de intermediación.

Reto	¿Qué puede salir mal?
1. Alto volumen de ventas diarias	Que algunas ventas no se registren, se registren dos veces o existan diferencias entre el punto de venta y la contabilidad.
2. Conciliación de efectivo y tarjetas	Que los importes registrados como ventas no coincidan con el efectivo recibido o con los cobros con tarjeta.
3. Recargas, pagos de servicios y cobros de terceros	Que se registre como ingreso propio dinero que en realidad corresponde a un tercero y que la tienda sólo cobra por cuenta de éste.
4. Interfaces entre sistemas y cortes operativos	Que algunas transacciones no pasen correctamente del sistema de ventas a contabilidad o que se registren en un periodo equivocado.

JA Del Río
una firma de Plante Moran



PRINCIPALES RETOS EN EL RECONOCIMIENTO

Principales retos en el reconocimiento de ingresos por canal de venta

Los seis retos transversales más importantes

Reto transversal	¿Qué puede salir mal?	Enfoque de mejora
1. Reconocimiento oportuno	Registrar ingresos antes o después de satisfacer las obligaciones de desempeño.	Políticas de reconocimiento y controles de corte.
2. Integridad de transacciones	Ventas omitidas, duplicadas o no transferidas entre sistemas.	Conciliaciones automáticas entre fuentes.
3. Medición del ingreso	Errores en descuentos, promociones, devoluciones y beneficios futuros.	Configuración y revisión de reglas contables.
4. Clasificación de operaciones	Reconocer como ingreso propio recursos recaudados para terceros.	Análisis contractual principal-agente.
5. Conciliación financiera	Diferencias entre ventas, cuentas por cobrar, liquidaciones y bancos.	Conciliaciones de extremo a extremo y gestión de excepciones.
6. Controles tecnológicos	Interfaces fallidas, parámetros incorrectos y modificaciones no autorizadas.	Controles de acceso, cambios y monitoreo de interfaces.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Mejoras en los procesos de conciliación y control.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

Mejoras en los procesos de conciliación y control

JA Del Río
una firma de Plante Moran

MEJORAS EN LOS PROCESOS DE CONCILIACIÓN Y CONTROL

Principales oportunidades de mejora en los procesos de conciliación y control

Mejoras para asegurar el correcto reconocimiento y conciliación de ingresos

Oportunidad de mejora	¿Qué sucede actualmente?	¿Qué deberían implementar las empresas?
1. Asegurar el registro completo de las ventas	Las operaciones realizadas en tiendas físicas, plataformas digitales y aplicaciones pueden omitirse o duplicarse en contabilidad.	Conciliar las ventas de cada canal contra los registros contables, identificando y resolviendo diferencias.
2. Reconocer los ingresos en el momento correcto	Algunos ingresos se registran al recibir el pago o emitir la factura, sin verificar la transferencia de control al cliente.	Validar las condiciones de entrega y configurar reglas de reconocimiento conforme a NIF D-1 e IFRS 15.
3. Conciliar las ventas con los cobros recibidos	Existen diferencias entre ventas y depósitos bancarios por comisiones, devoluciones o liquidaciones pendientes.	Conciliar ventas, medios de pago, comisiones, cuentas por cobrar y depósitos bancarios.

Objetivo principal:
Garantizar que las ventas se registren de forma íntegra, exacta y en el periodo correspondiente, asegurando su conciliación con los cobros recibidos.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

MEJORAS EN LOS PROCESOS DE CONCILIACIÓN Y CONTROL

Principales oportunidades de mejora en los procesos de conciliación y control

Mejoras para asegurar el correcto reconocimiento y conciliación de ingresos

Oportunidad de mejora	¿Qué sucede actualmente?	¿Qué deberían implementar las empresas?
4. Fortalecer el control sobre descuentos, devoluciones y promociones	Pueden existir descuentos incorrectos, devoluciones no registradas y obligaciones futuras no identificadas.	Validar las promociones autorizadas, conciliar devoluciones y revisar su tratamiento contable.
5. Identificar y resolver diferencias oportunamente	Las diferencias se acumulan y se investigan hasta el cierre mensual, dificultando conocer su origen.	Generar reportes de excepciones, asignar responsables y establecer plazos de resolución.
6. Automatizar y supervisar los controles	Las conciliaciones dependen de archivos manuales y revisiones que incrementan el riesgo de errores.	Automatizar comparaciones entre sistemas, establecer alertas y monitorear los resultados.

Objetivo principal:
Fortalecer la prevención y detección oportuna de errores mediante controles automatizados, seguimiento de excepciones y supervisión continua.



JA Del Río
una firma de Plante Moran

MEJORAS EN LOS PROCESOS DE CONCILIACIÓN Y CONTROL

Principales oportunidades de mejora en los procesos de conciliación y control

E-commerce
Control de pedidos cobrados pero no entregados

Problema: *una empresa recibe pagos por $500,000 al cierre del mes, pero parte de los productos aún no se entrega.*

Mejora: implementar una conciliación entre pedidos, pagos, entregas y registros contables para identificar qué operaciones cumplen con los criterios de reconocimiento y cuáles deben mantenerse como pasivos por contrato, según sus condiciones.

Beneficio: evitar el reconocimiento anticipado de ingresos.

Tiendas departamentales
Control sobre promociones y devoluciones

Problema: *las tiendas realizan campañas con descuentos y promociones, pero algunas operaciones no se reflejan correctamente en contabilidad.*

Mejora: Conciliar las promociones autorizadas con las aplicadas en caja, validar los descuentos registrados y controlar las devoluciones y los pasivos asociados.

Beneficio: Asegurar que los ingresos se reconozcan por los importes correctos.

Tiendas de conveniencia
Conciliación de ventas y medios de pago

Problema: *las ventas registradas en caja no coinciden con los depósitos bancarios debido a pagos con tarjeta pendientes, comisiones y otras diferencias.*

Mejora: Conciliar diariamente las ventas del POS con efectivo, tarjetas y registros contables.

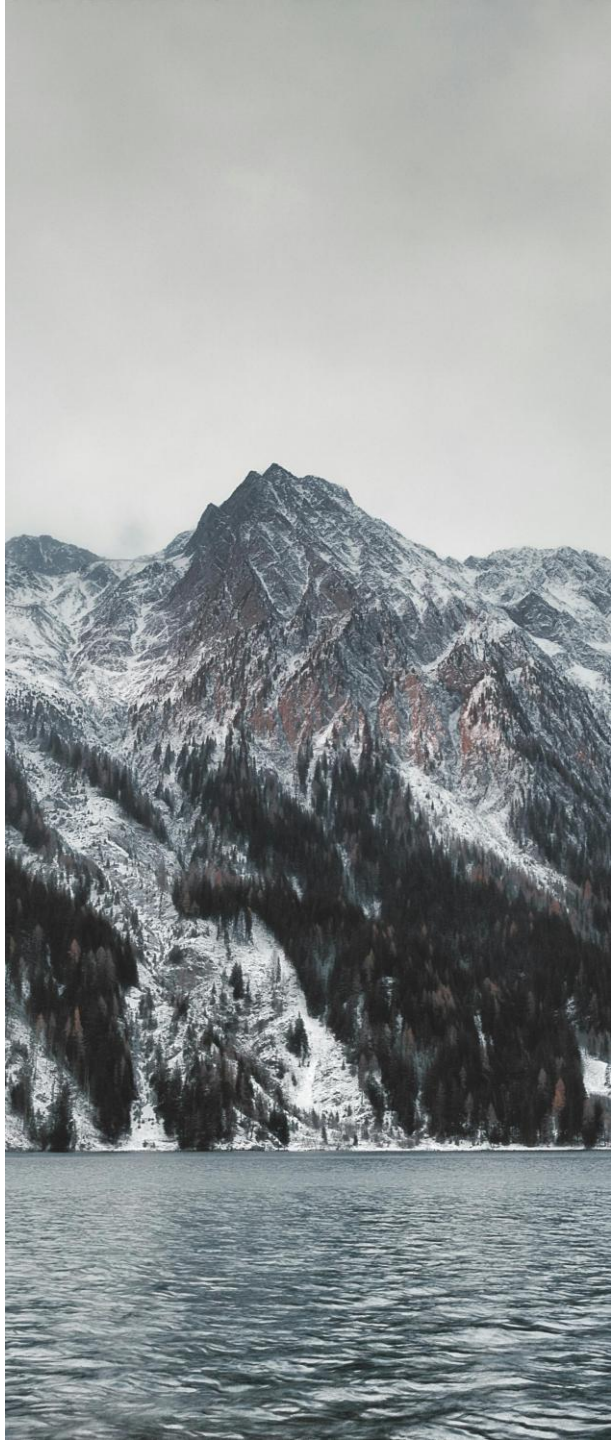
Beneficio: Detectar oportunamente diferencias y verificar la integridad de los registros de ventas y cobros.

JA Del Río
una firma de Plante Moran

MEJORAS EN LOS PROCESOS DE CONCILIACIÓN Y CONTROL

Comparativo de los 3 canales de venta

Característica	E-commerce	Tiendas departamentales	Tiendas de conveniencia
Modelo comercial	Venta digital, directa o mediante Marketplace	Venta física, omnicanal y productos de terceros	Venta física de alta frecuencia
Momento habitual del ingreso	Cuando se transfiere el control conforme a las condiciones de entrega	Generalmente al entregar el producto al cliente	Generalmente al entregar el producto en caja
Cobro	Anticipado, simultáneo o posterior	Efectivo, tarjetas, crédito y financiamiento	Efectivo, tarjetas y medios digitales
Principal complejidad	Separación entre pedido, pago, despacho y entrega	Promociones, lealtad, devoluciones y crédito	Alto volumen, cierres de caja y conciliaciones
Particularidades	Marketplaces, envíos, cancelaciones	Puntos, monederos, apartados y concesiones	Servicios de terceros, recargas y pagos
Riesgo relevante	Reconocimiento anticipado	Medición y presentación incorrecta	Integridad y exactitud de ventas





JA Del Río
una firma de Plante Moran

Conclusiones

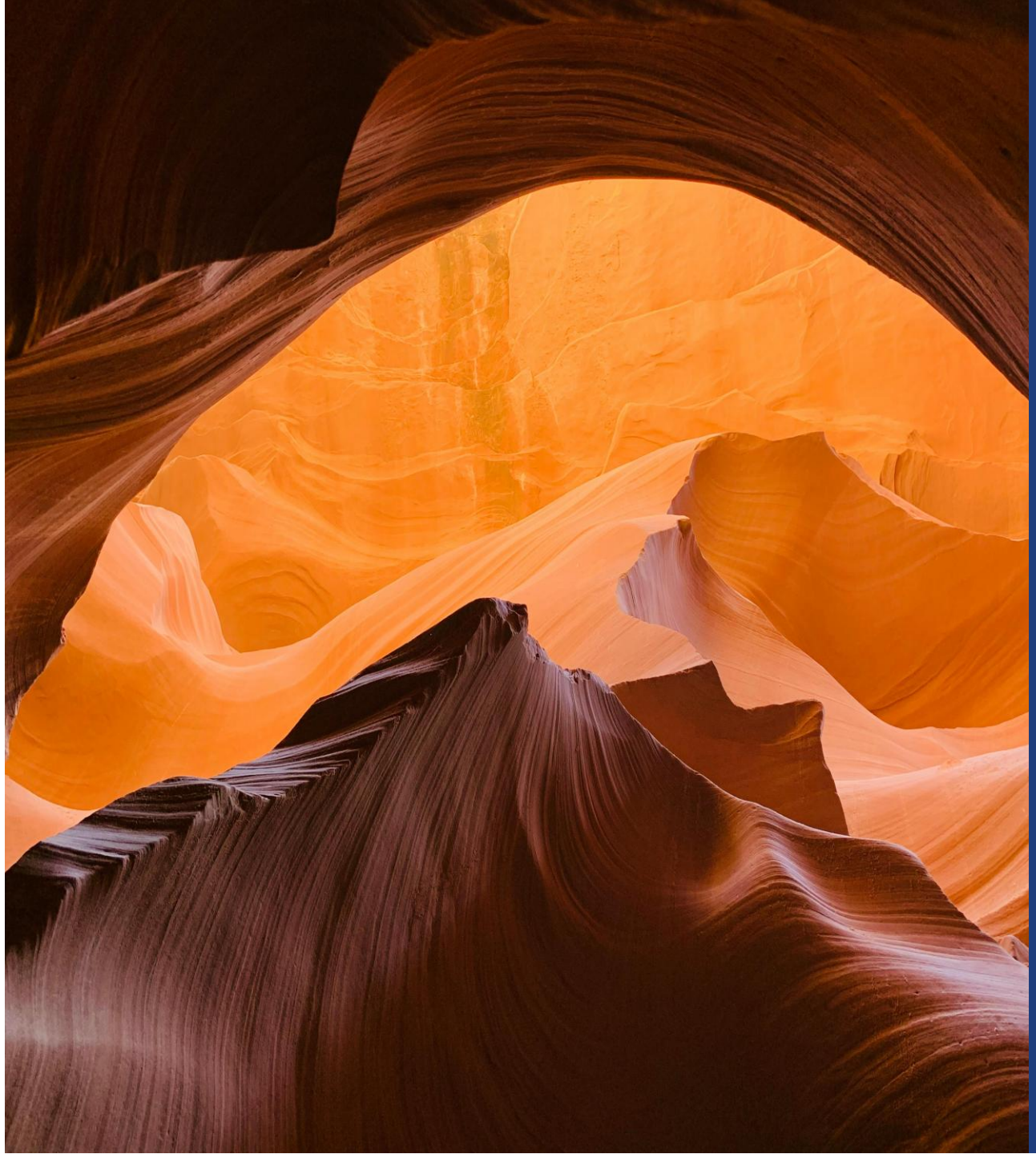


JA Del Río
una firma de Plante Moran

Sesión de preguntas y respuestas

JA Del Río
una firma de Plante Moran

¡HABLEMOS!



¡Hablemos!

jadelrio.com

María José González
Socia Líder Industria Retail, LATAM
(+52) 55 5531 1449
maria.gonzalez@jadelrio.com

Jairo Rodríguez
Socio Auditoría, LATAM
(+52) 55 5531 1449
jairo.rodriguez@jadelrio.com

Juan Ramón Carcaño L.
Socio Líder Servicios de Riesgos y Asesoría Financiera, LATAM
(+52) 55 5531 1449
juan.carcano@jadelrio.com

Carlos Sarabia
Gerente Servicios de Riesgos y Asesoría Financiera
(+52) 81 1780 6907
carlos.sarabia@jadelrio.com