

21. 346



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION**

**DETERMINACION DEL COSTO DE VENTAS POR  
MEDIO DEL SISTEMA DE DETALLISTAS  
APLICADO AL AUTOSERVICIO**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE**

**Que en opción al Grado de  
LICENCIADO EN CONTADURIA**

**p r e s e n t a**

**GODOFREDO TORRES PANDO**

**Director del Seminario:  
C.P. JOSE ROMO DIAZ**

**1 9 8 4**



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 está 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.

# I N D I C E

	PAG.
INTRODUCCION	1
<u>CAPITULO I</u>	
ANTECEDENTES DEL AUTOSERVICIO	
1. Origen y Desarrollo	3
2. Origen y Desarrollo en México	12
3. Importancia Socio-Económica	15
<u>CAPITULO II</u>	
CARACTERISTICAS ESPECIALES DEL AUTOSERVICIO	
1. Características Generales	23
2. Características Particulares	25
<u>CAPITULO III</u>	
SISTEMAS DE CONTROL Y VALUACION DE INVENTARIOS	
1. Sistemas de Control de Inventarios	28
1.1. Mercancías Generales	33
1.2. Analítico o Pormenorizado	34
1.3. Inventarios Perpetuos	35
1.4. Detallistas	38
2. Sistema de Valuación	40
2.1. Costeo Absorbente	41
2.2. Costeo Directo	41
3. Bases de Valuación	43
3.1. Costo Histórico	44
3.2. Costo Predeterminado	44

	PAG.
4. Métodos de Valuación	46
4.1. Costo Identificado	47
4.2. Costo Promedio	48
4.3. P. E. P. S.	49
4.4. U. E. P. S.	49
4.5. Detallistas	50
4.6. Estimados	50
4.7. Estandar	51

#### CAPITULO IV

##### SISTEMA DE DETALLISTAS

1. Introducción	53
2. Antecedentes	55
3. Características	57
4. Desarrollo	59
5. Inventarios Físicos	80
6. Ventajas y Limitaciones	92
7. Caso Práctico	94

#### CAPITULO V

##### INFORMACION FINANCIERA

1. Información Principal	124
2. Información de Detalle	127

#### CAPITULO VI

CONCLUSIONES	139
--------------	-----

BIBLIOGRAFIA	143
--------------	-----

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

En virtud de que la venta al menudeo por medio del autoservicio ha tenido un auge de grandes proporciones en nuestro País, considero que este giro constituye en la actualidad una verdadera especialización, tanto en el aspecto operativo como administrativo para controlar las operaciones que desarrollan estas empresas.

Uno de los puntos centrales en que se enfoca la atención de los dirigentes de este ramo, está en el control y valuación de los inventarios que se manejan dado que se componen de una gran variedad de artículos diferentes, desplazándose con una rotación acelerada; — porque una de sus características fundamentales, está en que deben comprar grandes volúmenes de mercancía para ser vendidas en igual forma, sacrificando en muchos casos márgenes de utilidad, a cambio de que la mercancía sea desplazada.

Por las características peculiares de estas empresas, para controlar administrativa y contablemente los inventarios, hubo necesidad de implementar un nuevo Sistema de Control y Valuación de Inventarios conocido con el nombre de Detallistas, que permita determinar razonablemente el resultado bruto de un periodo determinado.

El funcionamiento de este Sistema reviste aspectos muy particulares que no se contemplan en los Sistemas de Control de Inventarios conocidos, motivándose por esta razón, a que en este trabajo, trate de hacer un breve estudio de su aplicación para determinar el Costo de Ventas en Tiendas de Autoservicio.

## C A P I T U L O I

Antecedentes del Autoservicio.

## I. ANTECEDENTES DEL AUTOSERVICIO.

### 1. ORIGEN Y DESARROLLO

La venta al detalle se remonta a las civilizaciones más antiguas, y si bien su finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor no ha sufrido alteración, sí ha cambiado a través de los siglos en carácter, forma y espíritu.

Los estudios realizados revelan que uno de los primeros problemas con que se enfrentó esta actividad, fue el del transporte de los productos en venta a los compradores o al de éstos a los lugares de aprovisionamiento. En consecuencia, el desarrollo de la venta al detalle es paralelo a los avances tecnológicos en los métodos de producción y transporte.

Si volvemos la mirada a las épocas más remotas, veremos que el comercio ya existía y estaba constituido por el trueque.

Al aparecer la moneda como común denominador para efectos del trueque, el comercio recibe un fuerte impulso. Así podemos recordar a los fenicios que fueron grandes comerciantes en la época antigua. En la Edad Media nos encontramos con los SOUKS (Zocos) árabes, que en las plazas españolas ofrecían sus mercancías de fácil adquisición.

En las ferias de la Edad Media, los consumidores encontraban - las sedas de oriente, los arenques del Mar Báltico, el paño - burdo de Flandes, las especias de la India, etc.

A partir del Siglo X hace su aparición una nueva forma de distribución: la tienda, misma que pronto se expandió en Inglaterra y Francia.

A raíz de la Revolución Industrial, con la aparición del vapor, se inicia la producción en masa de artículos a costos más bajos, lo que provoca cambios en la distribución y venta de los mismos, haciendo su aparición el gran almacén, el almacén popular, el autoservicio, los supermercados y el centro comercial.

- a) El Gran Almacén.- El precursor de este tipo de tiendas fue el francés Aristides Boucicaut, que en el año de 1852 fundó el primer gran almacén llamado "Bon Marché".

La idea de Boucicaut consistía en colocar en un local amplio una variedad de productos, con el objeto de que los clientes pudieran verlos hasta que se interesaran por algunos; también tuvo la idea de colocar precios - fijos claramente marcados para evitar el regateo, con lo cual se economizaba mucho tiempo.

Otra de sus ideas fue la de implantar márgenes de utilidad reducidos, con lo que pretendía un volumen de - ventas mayor que vendían a compensar el sacrificio - al reducir los precios de venta de sus productos.

De este modo, los grandes almacenes empezaron a tener auge, y pronto son imitados en Rusia, Italia, Holanda, etc.

Debido al éxito obtenido, los pequeños comerciantes se unieron para atacar a los grandes almacenes, ya que los consideraban como verdugos, porque acaparaban los clientes al sostener precios más bajos a causa de la supresión de los intermediarios.

- b). El Almacén Popular.- Debido a la expansión demográfica en las grandes ciudades, los comerciantes empiezan a estudiar la forma de instalar grandes tiendas en lugares populares, con el objeto de evitar molestias a la gente de trasladarse a lugares céntricos de las ciudades para realizar sus compras. Es de esta forma como se origina el almacén popular, iniciativa que se acredita al norteamericano Frank Woolworth.

La fórmula de Woolworth consistía en vender artículos de uso corriente a la gente de escasos recursos. Suya es la frase famosa: "A la gente le gusta tocar lo que compra y compra lo que toca".

Al no contar con el suficiente dinero para iniciar su proyecto, buscó con quién asociarse, dando con la solución: la del asociado gerente. El asociado y Woolworth invertían cada uno la mitad de la suma necesaria para la apertura de cada tienda, existiendo igualdad en-

la participación de los beneficios. Woolworth se encargaría de las compras y de la contabilidad y el socio de las ventas y dirección de las tiendas. De esta forma abre sus primeros almacenes en cadena.

Uno de los puntos básicos de Woolworth es el de integrar en una sola organización todos los almacenes que están dispersos y dirigidos por personas de mentalidad diferente. Propósito que logró, dando lugar a — que esta cadena se expandiera en forma impresionante; ya que en 1889 contaba con siete almacenes y para — 1912, eran 596, de los cuales Woolworth es dueño de — 318, su primo y socio S. H. Knox posee 112, su hermano C.X. Woolworth 13 y así sus demás socios.

También en 1912, deciden fusionarse y forman una sociedad anónima con acciones en la Bolsa de Valores. — De este año en adelante, la sociedad carece de problemas financieros.

El éxito obtenido de los almacenes populares pronto — saldría de las fronteras de los Estados Unidos, y en 1909, Woolworth abre en la ciudad de Liverpool su primer almacén popular y para 1933 llega a poseer 500 — almacenes, dando lugar a que de 1929 a 1935 los almacenes populares aparecieran en el resto de Europa.

c). El Autoservicio.- La industria del autoservicio tiene sus orígenes a principios del Siglo XX en los Estados Unidos de Norteamérica, siendo su predecesor los Almacenes populares.

Clarence Saunders, hijo de un modesto cultivador de tabaco trabajó en varias clases de comercio, viendo cómo surgían pequeños comercios que quebraban a poco tiempo de instalados. Trató de conocer las causas y señaló a dos como las principales:

- Los pequeños comerciantes tenían una productividad muy reducida originada por gastos excesivos de operación.
- La venta a crédito les ocasionaba pérdidas considerables.

Con la frase siguiente: "Los clientes tienen más ojos que estómago y deseos mayores que su portamonedas", — abre su primera tienda llamada "Cash and Carry", fórmula la inédita en 1915. Esto es, que en lugar de entregar la mercancía al cliente para que la pagara a los 60 días, aquél debería venir a buscarla a la tienda y pagarla al contado (cash) y llevarla por sí mismo (carry).

Basado en este principio, la venta al detalle tendría que disminuir sus gastos generales al suprimirse el —

servicio a domicilio y la venta a crédito; además su-  
primiría al personal inútil: los vendedores.

Los productos que se exponían para la venta en la tienda de Saunders eran básicamente alimenticios, por lo — que consideraba que la producción en masa de estos pro- ductos hacía innecesarios a los vendedores, ya que los clientes se atenderían por si mismos para satisfacer — sus necesidades de compra. De este modo, Saunders — consiguió demostrar que los vendedores, lejos de estimular la venta, la entorpecían y que el vendedor más — eficaz era la calidad de la mercancía misma.

Por las razones expuestas se considera al señor Clarence Saunders como el iniciador de las tiendas de auto— servicio.

Posteriormente a la década 1930-1940, la producción de alimentos tuvo un incremento insospechado, dando origen que se abrieran tiendas de autoservicio para poder vender esa mercancía a un precio más económico en un — 15 o 20%, que en los comercios tradicionales. Es de — esta forma como las tiendas de autoservicio tienen su — inicio formal, que con el transcurso del tiempo se — constituyen en la base fundamental de una nueva indus- tria que vendría a revolucionar la venta al detalle.

d). Los Supermercados.- La apertura de esta clase de tienda

das se puede considerar como consecuencia del éxito — obtenido por las tiendas de autoservicio que le antecedieron, caracterizándose por estar instaladas en lugares más amplios, en donde se vendían únicamente productos alimenticios y que por política, los precios eran más económicos en comparación a los del comercio tradicional.

Michael Cullen fue el primero en instalar este tipo de tiendas en 1930, aprovechando el espacio de un garage abandonado en un barrio de los suburbios de Nueva York.

Con el transcurso del tiempo, los supermercados se extienden por toda la Unión Americana y para 1965, estas tiendas distribúan el 70% de los productos alimenticios. Poco a poco, los supermercados van apareciendo en todos los países del mundo con gran aceptación por parte del público consumidor, a tal grado, que los empresarios se vieron en la necesidad de incorporar nuevas líneas de productos, además de los alimenticios.

Debido al éxito alcanzado por Cullen, Robert Otis y — Ray Damson abren su primer supermercado, al que llaman "Big Bear" y que también tendría el éxito de los anteriores.

A consecuencia de la expansión y éxito de estas tiendas, se originó un nuevo problema que consistía en la-

forma de cómo atraer a los clientes a los nuevos supermercados que se iban abriendo, ya que no se trataba de cuestión de precios, pues éstos eran semejantes, — sino de servicio y comodidad al cliente. Es en relación a esta situación, como toda una industria se dedica a mejorar el acondicionamiento de los supermercados, adaptando estacionamientos, aire acondicionado, — puertas y escaleras automáticas, se perfecciona el — equipo de operación, etc., a fin de proporcionar mejor servicio al cliente.

- e). El Centro Comercial.— En virtud del desarrollo que ha tenido la venta al menudeo por medio del autoservicio y con la intención de superar los servicios proporcionados por los supermercados, hace su aparición el Centro Comercial con el éxito de las demás tiendas que le antecederon.

El centro comercial se caracteriza por estar integrado por una serie de tiendas especializadas y un supermercado bajo el mismo local, ofreciendo a la clientela una mayor cobertura a sus necesidades de compra.

Para concluir, se puede decir que hoy en día, el ramo del autoservicio constituye toda una especialización para los hombres de negocios que se dedican a este giro, ya que se requiere de verdaderos profesionales para operar y administrar, dada la importancia que significa en la venta al detalle.

Es de esta forma como he intentado hacer una breve descripción  
de los antecedentes históricos del autoservicio.

## 2. ORIGEN Y DESARROLLO EN MEXICO.

El origen de la venta al detalle en nuestro país se remonta a la época prehispánica, en donde los habitantes se reunían en uno o dos días a la semana para realizar el "día de plaza o tianguis", sitio en el que los comerciantes intercambiaban productos por medio del trueque, apegándose a las normas que para tal efecto existían. En estos mercados se podía encontrar toda clase de comestibles, artículos artesanales, vajillas y utensilios para el hogar, telas, etc., por lo que se deduce que existe una estrecha relación con las tiendas de autoservicio de la actualidad.

En la etapa colonial, el comercio sufrió grandes modificaciones impuestas por los conquistadores, implantándose el sistema monetario, la Casa de Moneda y otras instituciones para controlar la actividad comercial.

En la época independiente, el comercio experimentó pocos cambios, ya que se siguió con las tradiciones y costumbres que dejó el colonialismo. Las plazas o mercados de toda la República tenían las mismas características y sólo en las capitales de los Estados y en la Ciudad de México existían edificios para realizar el comercio, en donde se exhibía la mercancía en el piso, utilizando mantas para protegerlas del medio ambiente.

Fue en el año de 1946 cuando apareció en la Ciudad de México - la primera tienda con el sistema de autoservicio, siendo el precursor de este tipo de empresa, el señor Jaime F. Garza que creó la Sociedad denominada "Supermercados, S.A." (SUMESA), inaugurando su primer tienda el 9 de marzo de 1946.

Este sistema de distribución para la venta al detalle no fue aceptada en un principio, siendo el principal obstáculo la desconfianza del público, ya que consideraba que los precios eran más altos en relación a otros comercios.

Sin embargo, el sistema de autoservicio fue aceptado al comprobarse que los precios eran más bajos y que la mercancía era igual o de mejor calidad que la de los comercios tradicionales.

A raíz de la aceptación de los supermercados, se inicia en forma la Empresa del autoservicio en México, y así tenemos que en el año de 1957, Mercados Nacionales abre su primer tienda.

En 1958, Aurrerá, bajo el nombre de Centro Comercial Bolívar - abrió su primera tienda de descuento. Más tarde se abre Aurrerá Universidad con más de 6000 m2 de área de venta, amplio estacionamiento, etc.

Minimax, S. A., inició sus operaciones en el año de 1960.

En 1962 y como tiendas de descuento nacen "Comercial Mexicana" Insurgentes y "Gigante" Mixcoac.

En 1966 se abre la cadena "MAS" en la zona del aeropuerto; tiempo después se abre otra en la Calzada de Tlalpan.

A finales de 1969, la firma "De Todo, S.A." principia con una tienda en Insurgentes.

Dada la importancia que reviste las tiendas de autoservicio para la Sociedad Mexicana, el Gobierno Federal, a través de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, abre en 1972 una cadena de tiendas pequeñas de autoservicio denominadas "CONASUPERS", las cuales se instalan en zonas populares del Distrito Federal. Posteriormente, en el año de 1975, la misma Institución abre una cadena de Centros Comerciales CONASUPO, contando en la actualidad con 8 centros.

Este programa del Gobierno Federal de abrir tiendas de autoservicio para el abasto popular, en la actualidad se ha extendido en todo el territorio nacional.

### 3. IMPORTANCIA SOCIO-ECONOMICA.

El giro del autoservicio vino a constituir un nuevo concepto - del arte de vender en todo el mundo, manifestándose en la actualidad, como un servicio prácticamente indispensable para - toda sociedad en que se encuentren estas tiendas, dada la necesidad que tiene el público de acudir a estos centros de comercio para el abastecimiento de la despensa familiar y de artículos para el hogar.

Si reflexionamos un momento, se puede deducir que no existe un individuo con capacidad de compra, que no haya acudido a un - centro comercial para satisfacer cualquier necesidad de aprovisionamiento.

La venta al detalle por medio del autoservicio se vino a manifestar en un beneficio para los diferentes sectores de nuestra sociedad.

Así se puede observar que el público consumidor se ve favorecido al adquirir productos a un precio más reducido que los - del comercio normal, fundamentalmente por las características específicas de operación que tienen estas tiendas.

Por otra parte, los empresarios obtienen las utilidades razonables a su inversión, vendiendo grandes cantidades de productos, sacrificando márgenes de utilidad para rotar en forma continua sus inventarios.

Las compras a proveedores se realizan por grandes cantidades y en forma directa, eliminando el intermediarismo, con lo cual se abaten costos.

La empresa del autoservicio requiere cada día, de verdaderos técnicos y profesionales para su administración y operación, obligándolos a especializarse para estar actualizados en las necesidades de este giro.

Por su parte, el Fisco también se beneficia, ya que estos negocios obtienen ingresos considerables por concepto de ventas, mismos que deben declarar y pagar los impuestos correspondientes por las utilidades obtenidas, situación que no se presentaría en la misma proporción, si esas ventas fueran captadas por el pequeño comercio.

La importancia social de las tiendas de autoservicio se refleja en los puntos que a continuación menciono:

- a). Estas tiendas se encuentran instaladas en cualquier punto de las ciudades, así las podemos encontrar en zonas de población de escasos recursos, como en zonas de altos recursos.
- b). Constituyen un centro de abastecimiento integral para la sociedad, por la extensa variedad de productos que se pueden adquirir.
- c). Proporcionan mayor seguridad al público al efectuar

sus compras, tanto en el aspecto económico porque la mercancía contiene precios fijos, como en su seguridad-física, ya que existe vigilancia policiaca en caso de algún incidente dentro de la tienda.

- d). El acondicionamiento y confort que proporcionan estas tiendas, permite que la permanencia del público sea cómoda, y en un ambiente agradable, pueda efectuar sus compras.
  
- e). Debido a la importancia que reviste el autoservicio para la venta al menudeo, el Gobierno Federal ha girado instrucciones, para que por conducto del Organismo Público Descentralizado, denominado Compañía Nacional de Subsistencias Populares, se instalen tiendas de autoservicio en todo el territorio nacional, con el objeto de que la población pueda abastecerse principalmente de productos básicos, aún en los lugares más apartados y marginados.
  
- f). El servicio que ofrecen estas tiendas al público es constante durante el transcurso del año, permaneciendo abiertos todos los días; permitiendo a la clase trabajadora efectuar sus compras en sus días de descanso.

Desde el punto de vista económico, las tiendas de autoservicio también tienen una importancia relevante para la sociedad, por las razones siguientes:

- a). Los empresarios de este giro efectúan compras masivas a los proveedores, negociando precios de adquisición más bajos y poder realizarlos con un margen de utilidad razonable, ya que pocos artículos rebasan un margen del 40% y muy pocos alcanzan ese margen.
- b). Como consecuencia del punto anterior, las ventas se multiplican, en virtud de que los precios son más cómodos en relación al comercio normal.
- c). El consumidor ahorra tiempo al efectuar sus compras en estos centros y por consiguiente, también dinero.
- d). La expansión de esta industria ha originado una competición de precios entre las mismas tiendas, promoviendo ofertas de productos en beneficio del consumidor, porque permite aumentar el poder adquisitivo de sus compras.
- e). Otro aspecto importante y que se debe destacar en relación a este giro comercial, radica en que a raíz de la crisis económica por la que atraviesa el país, han ayudado en cierta forma a contener un poco la espiral inflacionaria, por la razón de que obliga al pequeño comercio a no aumentar los precios en forma incontrolable y en perjuicio directo del consumidor.
- f). La instalación de estas tiendas promueve la apertura de otras actividades comerciales en zonas aledañas a las mismas, creando fuentes de trabajo en beneficio de la economía de esos lugares.

g).- La Compañía Nacional de Subsistencias Populares, a través de sus importantes cadenas de tiendas instaladas — a nivel nacional, ayudan a controlar los precios del — comercio organizado, ya que una de las políticas fundamentales de esta institución, se basa en ayudar a la — gente de escasos recursos económicos, aumentando el poder adquisitivo de sus ingresos.

## C A P I T U L O   I I

Características Especiales del Autoservicio.

## II. CARACTERISTICAS ESPECIALES DEL AUTOSERVICIO.

Prácticamente desde el Capítulo anterior, al hacer una breve - descripción histórica del autoservicio, se comentaron ciertas - peculiaridades que nos permiten entender su significado. Sin- embargo, no se ha hecho referencia a lo que se debe entender - por autoservicio. A continuación expondré brevemente lo que - significa:

T.A. Von Der Ahe define al autoservicio en la forma siguiente: El autoservicio constituye un nuevo método de organización de - ventas de comestibles, basado en la teoría de "Tén muchas exis- tencias y véndelas barato".

Por su parte, William D. Stanton, establece: El autoservicio - es una institución de venta al detalle a gran escala, distri- buída por departamentos que ofrecen una gran variedad de ar- - tículos con un mínimo de servicio al cliente y con especial - reclamo en cuanto al precio.

Como se puede observar en las definiciones anteriores, el auto - servicio constituye un sistema de venta al detalle, en donde - se manejan una gran variedad de artículos de uso general, debi- damente clasificados por secciones departamentales y en donde - el cliente se atiende por sí mismo.

El autoservicio es aplicable a todos los negocios de venta - al menudeo, en donde el éxito de esta nueva forma de vender, se basa fundamentalmente en que los clientes se atienden por sí mismos, lo que origina reducción de costos, permitiendo - al empresario vender la mercancía a un precio menor.

Este sistema vino a revolucionar la forma de vender al menudeo, basado en una distribución ordenada de la mercancía, - permitiendo el contacto directo del cliente, quien puede ver, palpar, examinar y oler la mercancía, así como comparar precios y adquirir lo que más le agrade sin que haya vendedores - que lo presionen para inducirlo a la compra.

La industria del autoservicio, como cualquier otra actividad, presenta ciertas características especiales y que para efectos de este trabajo, las he clasificado en dos formas: Generales y Particulares.

1. CARACTERISTICAS GENERALES.

Las características generales del autoservicio son las que -  
identifican de forma genérica a esta actividad, y entre otras  
podemos señalar a las siguientes:

- a). Arreglo de muebles y exhibidores, de tal manera que -  
se controle el tráfico de los clientes para que pue-  
dan transitar frente a todos los artículos.
- b). Distribuir correctamente la mercancía para que el ---  
cliente tenga facilidad de identificar lo que requie-  
ra, así como, comodidad para escoger y comprar a su -  
gusto.
- c). Establecer un sistema perfectamente definido, por me-  
dio de procedimientos y manuales para controlar la en-  
trada y salida de mercancía, ya que estos dos aspec-  
tos conforman los puntos críticos en la operación de-  
este giro y de su control depende el éxito o fracaso-  
del mismo.
- d). Generalmente se constituyen como sociedades anónimas.
- e). Representan una organización de tiendas en cadena, --  
que está controlada y dirigida para su administración  
y operación por una oficina central, la que establece  
las políticas para tal efecto.

- f). Se constituyen con la finalidad de lucro.
- g). Estas empresas deben comprar y vender grandes volúmenes de mercancía, para poder obtener un beneficio razonable a su inversión, razón por la cual, sus ingresos son mayores a \$20'000,000.00 por ejercicio fiscal.
- h). Utilizan el Sistema de Detallistas para el control y valuación de sus inventarios, principalmente por la gran variedad de productos que los conforman.
- i). Por el volumen de sus operaciones, generalmente cuentan con un equipo de cómputo para el proceso y registro de las mismas, ya que para controlarlas en forma manual, se necesitarían recursos humanos y materiales que resultarían incosteables para su operación, si se toma en cuenta que el catálogo de artículos de estas tiendas lo forman de 30,000 a 50,000 productos diferentes.
- j). Su instalación requiere de grandes superficies de terreno, porque deben cumplir con acondicionamientos -- extras para comodidad del consumidor.
- k). Sus ventas son al detalle y contado.
- l). Reducen gastos de operación porque el consumidor se atiende a sí mismo, eliminando a los vendedores.

2. CARACTERISTICAS PARTICULARES.

En lo referente a estas características, podríamos indicar a las siguientes:

- a). Presencia de empleados de Departamento, que dentro - de sus funciones, pueda orientar o aclarar cualquier duda del cliente, si éste lo solicita o si se nota - desorientado.
- b). Seguridad y rapidez en la salida, ya sea para prever posibles actos delictuosos de los clientes, así como evitar la tardanza en el cobro de la mercancía, por medio de cajas registradoras que emitan el ticket que ampara el pago de la mercancía adquirida.
- c). Instalación de cajas registradoras de servicio rápido en donde el cliente pueda liquidar hasta un máximo de cinco productos.
- d). Los productos que se venden, primordialmente son de consumo inmediato, mismos que son liquidados al contado.
- e). Por el volumen de compras, pueden adquirir mercancías de mejor calidad, así como establecer precios - más económicos, debido a los descuentos, promociones y plazos de pago otorgados por los proveedores.

- f). Una de las características fundamentales, se basa en — vender más barato, reduciendo el margen de utilidad bruta en comparación de otras organizaciones, ya que por el volumen de sus ventas y la rotación de inventarios, finalmente obtienen utilidades netas favorables.
- g). Debe existir una adecuada administración financiera para obtener resultados positivos, en vista de que prácticamente se trabaja con dinero de los proveedores, de quienes debe buscarse el mayor beneficio.
- h). Forman parte de un canal de distribución al detalle por la diversidad de sus productos, porque sus compras y ventas individualmente son pequeñas, pero en su conjunto — son considerables.
- i). La mercancía en el piso de ventas se clasifica y ordena por secciones departamentales, principalmente en: Abarrotes, Perecederos, Mercancías generales, Ropa y Calzado.
- j). El consumidor está seguro de la mercancía adquirida, por que al atenderse por sí mismo, la puede examinar, tocar y oler.
- k). En estas tiendas, la mercancía se encuentra etiquetada con el precio de venta al público, con lo cual se evita el regateo y se ahorra tiempo.

C A P I T U L O    I I I

Sistemas de Control y Valuación de Inventarios.

1. SISTEMAS DE CONTROL DE INVENTARIOS

En los últimos años, el País ha vivido una etapa de intenso desarrollo y cambios constantes para perfeccionar nuestras instituciones; al parejo de esos avances técnicos y de otra índole, se necesita también el implementar sistemas modernos de contabilidad, que constituyan una valiosa herramienta para toma de decisiones. Dentro de esas necesidades se encuentra la de controlar y valorar correctamente los inventarios. Es del conocimiento de todos los que de alguna forma manejan las finanzas de las empresas, que el renglón de inventarios desempeña un papel importantísimo en los resultados de todo negocio.

Existen serios problemas que afectan a los inventarios, los cuales no debemos descuidar o desconocer; entre ellos podemos señalar:

- a). La sobre-inversión en inventarios.
- b). La inversión insuficiente en inventarios.
- c). Fluctuaciones de Precios.
- d). Devaluación de la moneda.
- e). Los precios de la competencia
- f). La oferta y demanda del mercado
- g). Su correcta valuación y control.

Ante esta situación, debemos interesarnos en forma primordial — por el renglón más importante del Activo Circulante que es el de los inventarios y buscar soluciones tendientes a lograr los resultados más atractivos para la empresa, sin olvidar los intereses de nuestra legislación fiscal.

Para conocer los resultados del costo de la mercancía vendida y determinar la utilidad bruta, se hace necesario establecer un control y registro de las operaciones mercantiles, que nos permita conocer en cualquier momento la existencia de mercancías, sin necesidad de practicar inventarios físicos, conocer los faltantes por mermas y robos y sobre todo tener información estadística, que permita al empresario seleccionar alternativas con seguridad y oportunidad.

Se considera que como sistemas de control de inventarios solo existen el de Inventarios Perpetuos y el de Detallistas, que son los únicos que reúnen las características para considerarse como tales, y ambos son tan completos que nuestra legislación fiscal se apoyó en ellos para controlar a los contribuyentes con ingresos acumulables superiores a 20 millones de pesos en un ejercicio, según lo establece el Artículo 23 del nuevo Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta y que a la letra dice lo siguiente:

" Los contribuyentes que en su última declaración presentada hubieren declarado ingresos acumulables que excedan de 20 millones de pesos, deberán para los efectos a que se refiere la fracción IV del Artículo 58 de la Ley, llevar el sistema de control de inventarios perpetuos, con excepción de los causantes que utilicen el método de valuación de detallistas .

Los contribuyentes que hubieren declarado ingresos menores —

de 20 millones de pesos, podrán llevar de conformidad con la técnica contable, cualquiera de los siguientes sistemas de control de inventarios.

I.- Pormenorizado

II.- Inventarios Perpetuos.

Por lo que respecta a los causantes que en su última declaración presentada hubieren declarado ingresos hasta por 5 millones de pesos, podrán llevar el sistema de control de inventarios de mercancías generales.

La secretaría de Hacienda y Crédito Público, mediante autorizaciones generales otorgadas por ramas de actividad, podrá permitir sistemas de control de inventarios distintos de los señalados en este artículo. En dichas autorizaciones se establecerán los requisitos que los contribuyentes deberán cumplir para poder llevar el método de control que se permita".

De conformidad con la técnica contable, existen los siguientes sistemas de control de inventarios:

- a). Global o de mercancías generales
- b). Analítico o pormenorizado
- c). Inventarios perpetuos o constantes
- d). Detallistas.

La decisión de implantar cualquiera de ellos, depende de varios factores, entre los que podemos mencionar los siguientes:

- a). Giro de la empresa
- b). Capacidad económica del negocio
- c). Volumen de operaciones
- d). Tipo de mercancía
- e). Información estadística que se piensa obtener
- f). Control sobre mercancías
- g). Cumplimiento de obligaciones fiscales.

Con el objeto de facilitar la mecánica de estos sistemas, es necesario considerar las operaciones siguientes que pueden presentarse en toda actividad mercantil, independientemente si se trata de industria o comercio:

- a). Compras.- Representa el importe de la mercancía adquirida a precio de costo.
- b). Gastos sobre Compras.- Representa el importe que se paga al proveedor o terceras personas de gastos incurridos en la compra de mercancía, es decir, por fletes, impuestos, seguros o cualquier otro gasto que se realice en relación directa a la compra de mercancía, importe que desde luego aumenta el costo de adquisición de la mercancía comprada.
- c). Devoluciones sobre Compras.- Representa el importe de la mercancía devuelta al proveedor por cualquier motivo o inconformidad.

- d). Rebajas sobre Compras.- Representa el importe de las disminuciones en precio de las mercancías compradas -- cuya rebaja otorga el proveedor a su cliente por el -- volumen de compras realizadas en un periodo determinado.
- e). Ventas.- Representa el importe de las mercancías vendidas a los clientes.
- f). Devoluciones sobre Ventas.- Representa el importe de las mercancías devueltas por los clientes a su precio original de venta.
- g). Rebajas sobre Ventas.- Representa el importe de las disminuciones o reducciones en las ventas realizadas, que se otorgan a los clientes con posterioridad a la fecha de la operación original de venta, generalmente cuando se pretende evitar una devolución por defecto en la mercancía vendida.
- h). Bonificaciones sobre Ventas.- Representa el importe de las disminuciones o reducciones en las ventas, por medio de una bonificación a los clientes que cubrieron el volumen de ventas previamente establecido por un periodo determinado.

Una vez hechos estos breves comentarios, a continuación haré una descripción concisa de los sistemas relatados.

1.1. MERCANCIAS GENERALES.

El sistema más elemental para el control de las operaciones — con mercancías, se conoce con el nombre de Global o Mercancías Generales, y consiste básicamente en la apertura de una cuenta para llevar a cabo el registro de esas operaciones.

El nombre que normalmente se asigna a esa cuenta es el de Mercancías o Mercancías Generales, en la cual se carga el inventario inicial, compras (a costo), gastos sobre compras, devoluciones sobre ventas, rebajas sobre ventas, bonificaciones sobre ventas y descuentos sobre ventas. Los abonos que recibe son por concepto de ventas, devoluciones sobre compras (a costo), rebajas sobre compras, bonificaciones sobre compras y descuentos sobre compras.

Para que esta cuenta represente un saldo significativo, a pesar de su contenido heterogéneo, se le debe abonar al finalizar cada ejercicio el importe del inventario final, producto del recuento físico de las mercancías. El saldo que se obtenga después de haber registrado el inventario final, representará utilidad bruta, si es acreedor y pérdida bruta, si es deudor.

Este sistema se utiliza para negocios pequeños (hasta 5 millones de pesos de ingresos acumulables anuales) en los que prácticamente la administración es de un solo dueño.

1.2. ANALITICO O PORMENORIZADO.

Con el objeto de establecer un sistema que superara las limitaciones del global, se estableció el sistema analítico o pormenorizado.

La identificación y separación de los conceptos afectados por las operaciones practicadas con mercancías, constituye la base de este sistema, el cual se puede describir en la forma siguiente:

El sistema analítico o pormenorizado consiste fundamentalmente, en la apertura de una cuenta por cada concepto afectado por las operaciones realizadas en forma directa con mercancías, a fin de llevar a cabo el control en valores de sus aumentos o disminuciones.

Las cuentas que normalmente integran este sistema de control de inventarios, son las siguientes:

Inventarios, Compras, Gastos sobre Compras, Devoluciones sobre Compras, Rebajas sobre Compras, Bonificaciones sobre Compras, Descuentos sobre Compras, Ventas, Devoluciones sobre Ventas, Bonificaciones sobre Ventas y Descuentos sobre Ventas.

En este sistema, el costo de ventas se determina por medio de la cuenta de compras, a la que se le traspasan los saldos de las cuentas de gastos sobre compras, devoluciones sobre compras, rebajas sobre compras, bonificaciones sobre compras, descuentos sobre compras, el importe del inventario inicial como cargo y el in-

porte del inventario final como abono. El saldo que arroje la - cuenta de compras, una vez incluidos los ajustes de referencia, - representará el costo de ventas de un periodo determinado.

El inventario final, que a su vez se convierte en inicial para - el periodo siguiente, se determina mediante recuento físico de - las mercancías.

Este sistema se utiliza para negocios de mayor tamaño (hasta 20- millones de pesos de ingresos acumulables anuales), en donde ya - es necesario conocer los elementos del costo de lo vendido, para efectos de una administración adecuada.

### 1.3. INVENTARIOS PERPETUOS O CONSTANTES.

Este sistema es el más completo en lo que se refiere al control- de las operaciones realizadas con mercancías, y presenta como -- ventaja fundamental sobre los sistemas Global y Analítico, que - por cada venta efectuada, se conoce el costo de la misma, por lo que es posible conocer en cualquier momento, el importe de la -- mercancía existente en el Almacén a precio de costo y el costo - de la mercancía vendida.

También nos permite conocer en todo momento, el importe de los - ingresos netos por ventas, en virtud de que se controlan las de- voluciones, rebajas, bonificaciones y descuentos sobre ventas; - por lo que se está en condiciones de determinar el resultado bru- to a cualquier fecha.

El sistema de inventarios Perpetuos o Constantes se basa en la agrupación de los conceptos afectados por las operaciones practicadas con mercancías, según corresponda a:

- a). Aumentos y disminuciones del importe monetario de las mercancías existentes en el Almacén.
- b). Aumentos y disminuciones del costo en que fueron adquiridas las mercancías entregadas en venta.
- c). Aumentos y disminuciones del importe de los ingresos por venta.

Por consecuencia de lo anterior, las cuentas que integran este sistema, son únicamente tres: Almacén, Costo de Ventas y Ventas.

La cuenta de Almacén se utiliza para registrar las entradas y salidas de mercancía, valuadas a su precio de costo o adquisición; por lo que su saldo siempre será deudor y representa la existencia de mercancías a precio de costo.

La cuenta de costo de ventas permite registrar mediante cargos la salida de la mercancía del Almacén a precio de costo, conforme se van realizando las ventas, y con abonos, el importe de las devoluciones que hagan los clientes a precio de costo. Su saldo será deudor y significa el costo de adquisición de las mercancías vendidas.

La cuenta de Ventas, se utiliza para registrar mediante abonos -

el importe de las ventas conforme se van realizando, y con cargos para registrar las disminuciones de las ventas, las cuales se conocen como devoluciones, rebajas y bonificaciones. Su saldo es acreedor y representa el importe de las ventas netas realizadas durante un periodo determinado.

Las ventajas de este sistema son las siguientes:

- a). Se conoce en cualquier momento el importe de las existencias de mercancías valuadas a su precio de costo o adquisición.
- b). Se ejerce un control absoluto sobre las existencias de mercancía evitando fugas y robos.
- c). No existe necesidad de practicar un inventario físico de existencias de mercancías, por lo que esta información se conoce día a día en la cuenta de Almacén.
- d). Se conoce con exactitud y en cualquier momento, el importe de las ventas netas realizadas durante un periodo determinado.
- e). Permite conocer con precisión el costo de la mercancía cuando ésta se vende; por lo tanto, no es necesario esperar hasta finalizar el ejercicio para determinarlo.
- f). Se determina con seguridad y en cualquier momento el resultado bruto.

Paralelo al registro contable, este sistema requiere del control físico en auxiliares de almacén, de cada artículo que se maneja.

El Reglamento de la Ley del I.S.R. en su artículo 79, establece que en este sistema, se puede determinar el ajuste de los registros contables y unitarios, mediante conteos físicos parciales durante el ejercicio.

También en el artículo 23 del mismo ordenamiento, se indica que el sistema de Control de Inventarios Perpetuos deberá ser utilizado en las empresas que en su última declaración presentada, hubieren declarado ingresos acumulables por más de 20 millones de pesos; por lo que se deduce, que este sistema se utiliza en las empresas de un fuerte volumen de ventas, en donde es necesaria una verdadera administración que permita conocer en forma rápida los valores del inventario, así como el control físico de las unidades.

#### 1.4. DETALLISTAS.

La inclusión de este sistema de control se introdujo en la ley con la aparición del reglamento vigente, antes se manejaba mediante autorización especial.

La característica del sistema consiste en el registro de los inventarios en valores de costo y de venta; para este -

efecto se combina con una base de valuación de promedios de los factores de costo y utilidad. Lo mismo que en el sistema de inventarios perpetuos, para conocer el valor en libros del inventario final al término de un periodo, no es necesaria la toma física del mismo, por consiguiente se puede determinar el costo de ventas y el resultado bruto. Lo mismo que en el sistema anterior, el Reglamento de la Ley del I.S.R. en su artículo 79, autoriza el ajuste de los valores mediante conteos físicos parciales durante el ejercicio.

Este sistema se utiliza fundamentalmente en las empresas que manejan volúmenes grandes de artículos diferentes.

En este capítulo sólo he hecho referencia del sistema de control de inventarios de detallistas; por lo que sus características, funcionamiento y aplicación, trataré de explicarlo en el capítulo siguiente.

## 2. SISTEMAS DE VALUACION

Como el objetivo que persigo en este trabajo, está encaminado a analizar el Sistema de Detallistas para la determinación del resultado bruto, razón por la cual en este capítulo, únicamente ha go referencia en forma general de los sistemas de control y evaluación de inventarios aceptados por nuestra legislación fiscal.

Un sistema en general, puede entenderse como un conjunto de elementos materiales y funcionales, que, aunque con estructuras y finalidades particulares aparentemente independientes, por medio de su combinación y coordinación, conducen al logro de un objetivo común.

En consecuencia, un sistema para efectos de valuación de inventarios, lo podemos definir como el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios, que tienen por objeto la determinación de costos unitarios de producción o adquisición, a fin de valorizar los inventarios en forma correcta para que la afectación a los resultados sea razonable.

Para efectos de este trabajo, sólo haré referencia a los sistemas de valuación considerados por la Ley del I.S.R., como es el costeo absorbente y el costeo histórico, mismos que a continuación describiré brevemente.

## 2.1. COSTEO ABSORBENTE.

El sistema de Costeo Absorbente consiste en la asignación de todos los costos de producción a los artículos fabricados. Se refiere - al tipo de costeo del producto, integrado por la materia prima directa, mano de obra directa, cargos indirectos variables y cargos indirectos fijos de producción que se incurren en la fabricación - de productos. En otras palabras, se trata de todos los cargos que en la contabilidad de costos tradicionales, se incorporan a la unidad producida, atendiendo a la sola condición de que se produzca - o beneficie en alguna forma el proceso fabril, sin diferenciar si se trata de un costo directo del que pueda responsabilizarse al - producto o de un costo originado por el hecho de mantener a la - fábrica en condiciones de producir.

Existen dos modalidades de costeo absorbente:

- a). Costeo Absorbente total.- Consiste en la incorporación a los productos elaborados en un periodo de producción determinado, la totalidad de los costos incurridos en - el mismo, independientemente de la magnitud de la capacidad fabril utilizada.
- b). Costeo Absorbente Parcial.- Consiste en la incorpora- ción a la unidad producida, de la totalidad de los cos- tos variables de producción y una parte de los fijos - en forma proporcional a la capacidad fabril utilizada.

## 2.2. COSTEO DIRECTO.

La base de este sistema se fundamenta en la separación de los cargos fijos y variables, ya que la utilidad del sistema tendrá re-lación directa con el volumen de operaciones y de producción. El costo de producción está integrado de modo diferente que en el -- sistema tradicional, pues el costo del artículo está representado por la materia prima, mano de obra y cargos indirectos variables. Los cargos fijos no se consideran dentro del costo del artículo-- producido, sino que van a formar parte del resultado del ejerci-- cio.

La separación y aplicación de los cargos en fijos y variables, -- tiene la finalidad de eliminar la fluctuación del costo unitario-- que se presenta en los costos tradicionales, originado por los -- cargos fijos a diferentes volúmenes de producción.

En este sistema, todo costo variable es directo en cuanto a que - representa una erogación de lo que pueda responsabilizarse a la - unidad producida e identificarse con ella, y tendrá que incurrir-- se si la unidad es producida y será evitada, si no lo es. Estos-- costos dependen del nivel de actividad para el monto de su incu-- rrencia; aumentan al incrementarse la producción y viceversa.

Por otra parte, al no incurrir en el costo de producción los cargos fijos, la ley del I.S.R. en su artículo 40 y el Reglamento - de la misma en su artículo 24-A, autorizan este sistema para ser usado por empresas dedicadas a la producción para la exportación de sus productos, con la finalidad de hacer el costo y el precio de venta competitivos en el extranjero.

### 3. BASES DE VALUACION

Por lo que se refiere a las bases de valuación de inventarios, también las trataré brevemente por lo antes expuesto, sin embargo, debo mencionar la importancia que reviste este aspecto para la valuación de inventarios.

Es evidente que cada uno de los sistemas de valuación comentados, determinan bases diferentes para valuar los inventarios, aunque no han de ser indistintamente aplicables a cualquier tipo de empresa debido a las circunstancias y características de cada una.

La base de valuación constituye el fundamento principal para fijar el valor del artículo producido o adquirido.

De acuerdo a la Ley del I.S.R., ésta autoriza dos bases de valuación: Costo Histórico y Costo Predeterminado, que por sus características, la primera es utilizada en empresas comerciales y la segunda en empresas industriales.

Su importancia radica en que por medio de ellas, se establecen las políticas para determinar el momento que debe considerarse para el cálculo del costo, es decir, si es en base a cifras conocidas que se obtienen de los registros contables, o bien, si es en base a cifras estimadas que se obtienen por medio de la experiencia.

A continuación comentaré en forma breve, las bases de valuación a que me he referido.

### 3.1. COSTO HISTORICO

La base de valuación sobre Costo Histórico, consiste en determinar el costo del producto después de que ya fue elaborado. Los datos para su conformación se toman directamente de los comprobantes contabilizados, por lo que el costo determinado no tiene ninguna variación, dado que se obtiene sobre bases reales de acuerdo a los cargos incurridos en la elaboración del producto.

Como se puede deducir, esta base es ideal para valuar los inventarios en lo que se refiere a su exactitud en pesos y centavos, pero en cambio, adolece de oportunidad, ya que el costo se determina con posterioridad a la elaboración del producto, limitando la toma de decisiones en un momento dado.

### 3.2. COSTO PREDETERMINADO.

A diferencia de los costos históricos, los costos predeterminados son aquellos que se conocen antes de realizarse, es decir, con base en la experiencia se formulará un pronóstico del cual será el costo de los artículos producidos.

Dos necesidades esenciales han dado origen a los costos predeterminados:

- a). La necesidad de contar con una información más oportuna y aún anticipada de los costos de producción.
- b). La necesidad de obtener un control más efectivo de los costos de producción mediante comparaciones de costos unitarios que sean de mayor significación, — en relación a los que puedan establecerse entre costos de producción actuales y pretéritos.

El hecho de actuar en esta forma, se justifica basado en que los directivos de empresas, podrán planear mejor si conocen — sus costos anticipadamente, dando lugar de aplicar a la producción vendida el costo predeterminado, sin tener que esperar a que se computen los costos, tal como sucede en los costos — históricos.

Sin embargo, los costos predeterminados son inexactos puesto que se basan en estimaciones, dando lugar a comparaciones con los costos reales y la variación se integra directamente al — costo.

#### 4. MÉTODOS DE VALUACION

Una de las principales finalidades de la valuación de inventarios es tener una comparación adecuada de ingresos y costos, - situación que no puede conocerse, sino hasta el fin de las operaciones de la empresa.

Como este hecho no se puede anticipar, se presenta la necesidad de conocer los resultados parciales en relación a las operaciones que se llevan a cabo, con el objeto de que la dirección de la empresa conozca en forma razonable la situación financiera de la misma, y pueda en un momento dado tomar las decisiones conducentes a que haya lugar. Por otro lado, las autoridades hacendarias obligan a los contribuyentes a presentar los resultados de operación correspondientes a cada ejercicio fiscal.

A este respecto, el valuar inventarios tiene una función trascendente, porque significa la aplicación anticipada del costo a los ingresos por ventas futuras.

Ya que en la práctica se está en posibilidad de valuar sobre diferentes bases, mediante las cuales se obtienen resultados diferentes, será necesario tener una idea exacta de qué método de valuación se va a aplicar, tomando en consideración el giro de la empresa, las condiciones del mercado, si se está en una época de inflación o deflación; como por ejemplo, en la actua-

lidad que padecemos una etapa inflacionaria, hay que cuidar -- para efectos de valuación, los aspectos de determinación de -- utilidades, pago de las mismas y pago de impuestos.

Se puede entender como Método de Valuación a la técnica empleada para dar a la valuación la forma requerida por la base seleccionada.

Las dos bases de valuación enunciadas, se les puede tratar con los siguientes métodos de valuación:

- a). En base a costos históricos, se pueden emplear los métodos de costo identificado, costo promedio, primeras entradas - primeras salidas, últimas entradas - primeras salidas y detallistas.
- b). En base a costos predeterminados se pueden emplear los métodos de costos estimados y costos standard.

En los párrafos siguientes haré una breve explicación de lo -- que se entiende por cada método señalado.

#### 4.1. COSTO IDENTIFICADO.

Este método consiste en asignar un número de clave o codificación a todos los artículos que se produzcan o se compren, la -- cual permite conocer cuánto es el valor de costo de cada artículo en cualquier momento y principalmente cuando se vendan,

lo cual también nos permite asegurar que el costo unitario de esos productos es histórico, toda vez, que el número o la clave que lo identifica permanecerá invariable mientras se considere dentro de las existencias del almacén.

En la práctica se utiliza cuando los inventarios son de poco movimiento, pero al mismo tiempo de valor considerable, o bien, de fabricación especial. Se puede aplicar a los sistemas de control de inventarios perpetuos y pormenorizado.

#### 4.2. COSTO PROMEDIO

Este método consiste en valuar las salidas del Almacén al costo promedio que se determine, tomando como base el inventario inicial, al cual, se le sumará el valor de la nueva adquisición o el nuevo costo de producción; se suman las unidades y los valores, dividiendo el saldo en valores entre la suma de las unidades para obtener un cociente que representa el costo promedio actual, mismo que será aplicado a todas las salidas de mercancía, hasta en tanto no haya una nueva entrada que modifique el costo promedio.

Este método se utiliza cuando existen variaciones mínimas en los precios y estabilidad económica. La determinación del costo de los artículos vendidos, se obtiene con gran facilidad, ya que basta con multiplicar el costo promedio por el número de piezas vendidas. Es aplicable cuando se utiliza el sistema de Inventarios Perpetuos.

#### 4.3. PRIMERAS ENTRADAS-PRIMERAS SALIDAS.

Este método se basa en el principio de que el costo de las primeras entradas será el que le corresponda a las primeras salidas por venta. El inventario queda valuado a los precios actuales y el costo absorbe los precios más antiguos, lo cual es recomendable cuando los precios van a la baja, ya que se obtendrá menor utilidad, se pagarán menos impuestos y el inventario no quedará inflado con precios altos.

El manejo de este método de valuación requiere la escrupulosa determinación por capas de inventarios respecto a fechas y precios de adquisición. Es aplicable al sistema de inventarios --perpetuos.

#### 4.4. ULTIMAS ENTRADAS - PRIMERAS SALIDAS.

Como su nombre lo indica, en este método se aplica el criterio de que los últimos artículos recibidos son los primeros en venderse. El inventario queda valuado a los precios más antiguos y el costo de ventas absorbe los precios actuales, lo cual es recomendable cuando los precios van al alza, ya que se cumplirá con el principio conservador de que los inventarios quedarán --valuados al costo más bajo.

Para el buen funcionamiento de este método, también se requiere el control de capas de inventario respecto a fechas y precios --de adquisición. Es aplicable al sistema de control de inventarios perpetuos.

#### 4.5. DETALLISTAS.

Con este método, el inventario se valúa a precio de venta, al — que se le deduce el factor promedio de margen de utilidad para — obtener el inventario a precio de costo. Las salidas de mercancía se valorizan al mismo factor de costo con que queda valuado el inventario.

La valorización de los inventarios por este método, permite que se cumpla con el principio conservador, ya que los inventarios — quedan valuados al precio de costo o mercado, el que sea más bajo, como lo veremos en el capítulo siguiente.

Este método solo es aplicable al propio sistema de detallistas, — por lo cual se convierte en sistema y método de valuación.

#### 4.6. ESTIMADOS.

Este método está basado en los costos predeterminados y tiene — por objeto establecer un pronóstico sobre bases experimentales — de costos anteriores para calcular el costo de producción del — artículo. Este cálculo sólo será válido por determinado tiempo, puesto que factores externos pueden dar lugar a su modificación.

El origen de la estimación fué conocer en forma aproximada el — costo de producción del artículo para efectos de cotización a — clientes.

Por la forma de calcularse, los costos estimados sólo indican lo que pueda costar un artículo producido, dando lugar a compararse con los costos reales para ajustar la diferencia contra el costo de ventas.

Los inventarios de producción en proceso y artículos terminados quedan valuados al costo estimado.

#### 4.7. ESTANDAR

Consiste en el cálculo hecho sobre bases técnicas para cada uno de los elementos del costo, a efecto de determinar lo que un producto debe costar en condiciones de eficiencia normal convirtiéndose en factor de medición respecto a la eficiencia aplicada en la producción del artículo.

La instalación y aplicación del costo estandar requiere de la integración y funcionamiento de un control presupuestal para todos los elementos que intervienen en la producción, con el objeto de que las variaciones con el costo real sean mínimas y razonables.

Los inventarios de producción en proceso y artículos terminados quedan valuados al costo estandar fijado.

## C A P I T U L O    I V

### Sistema de Detallistas

#### IV. SISTEMA DE DETALLISTAS.

##### 1. INTRODUCCION.

De los sistemas de control de inventarios tratados en el capítulo anterior, se desprende que el de Inventarios Perpetuos es el más completo, por controlar las mercancías a precio de costo y venta, así como controlar físicamente cada tipo de mercancía. Sin embargo tiene limitantes en relación a la conformación del inventario, es decir, sólo tiene aplicación en industrias y comercios que manejan un número reducido de artículos, no siendo aconsejable manejarlo en los grandes almacenes de venta al menudeo por medio del autoservicio, por las siguientes razones:

- a). Los inventarios se componen de 30 a 50 mil artículos diferentes.
- b). La mercancía se tiene en el piso de ventas y únicamente lo indispensable en bodegas.
- c). Los inventarios presentan altos índices de rotación.
- d). La mercancía sólo se marca a precio de venta.

Para establecimientos de esta naturaleza, sería casi imposible el control de sus inventarios bajo el sistema de inventarios perpetuos, aún con auxilio de computadoras modernas.

Ante este problema, era necesario establecer un sistema de control especial para empresas que manejen un número considerable de artículos, y que reuniera las ventajas del sistema de inventarios

perpetuos y fuera lo suficiente práctico para el control de esas mercancías, dando motivo y justificación a la creación del — Sistema de Detallistas.

## 2.- ANTECEDENTES.

D.M. FREUDENTHAL afirma que el Sistema de Detallistas nació en Europa desde el año de 1890. Sin embargo, puede afirmarse que su origen se debe a la costumbre establecida por los almacenes de ropa y novedades, de marcar el precio de venta en cada artículo, con el fin de atender a la clientela con prontitud.

En los Estados Unidos de Norteamérica desde el año de 1872, la firma MACY'S de Nueva York empleaba un sistema muy parecido al que se conoce actualmente. Para 1913, varios almacenes del mismo país emplearon el Sistema de Detallistas, confirmando su aceptación a principios de ese mismo año, con la fundación de la Asociación Nacional de Detallistas de Ropa, quien empezó a publicar un boletín especial para hablar de este tema.

Sin embargo, este sistema se consolidó en los Estados Unidos hasta el año de 1941, en que fue reconocido por las autoridades fiscales.

Algunos consideran a Carlos B. Clark como el padre del método de detallistas, debido a que escribió sobre el tema por primera vez en su artículo "Reservoir Concept Is Keynote of Future Profits, Retail of Ledger" en el año de 1933.

Por lo anterior, el sistema de detallistas no es nuevo, sin embargo, es poco conocido en México porque no se ha divulgado.

y menos se ha aplicado.

Como principio fundamental, el sistema de detallistas se caracteriza por controlar los inventarios dentro de la contabilidad a precio de costo y a precio de venta en forma simultánea y para verificar las existencias se toma un inventario físico a precio de venta, el cual se compara con los datos en libros.

Podemos afirmar que el término de detallistas se utiliza para referirse a un sistema de control de inventarios y a un método de valuación de inventarios.

### 3.- CARACTERISTICAS.

Como cualquier sistema de control de inventarios, el de Detallistas presenta ciertas características, y entre las principales se pueden señalar a las siguientes:

- a). Permite un control continuo de los inventarios a precio de costo y venta. En base a estos dos valores, se determinan, registran y actualizan los factores de costo y el margen de utilidad bruta, elementos básicos en la aplicación del sistema.
- b). Permite determinar el inventario final y el costo de ventas sin necesidad de practicar inventarios físicos.
- c). Los inventarios quedan valuados al precio de costo o mercado el menor, porque el costo de ventas absorbe -- las diferencias por bajas de valor y el inventario los aumentos de valor.
- d). Funciona como un sistema de control de inventarios y -- como método de valuación.
- e). Los inventarios se valúan a precio de venta, restándoles el factor de utilidad bruta para determinar el valor de costo.
- f). El costo de ventas, se obtiene por diferencia de inventarios, después de determinar el inventario final a -- precio de venta y convertirlo a precio de costo.

- g). En general es menos laborioso y costoso que el sistema de inventarios perpetuos, ya que permite controlar a precio de costo y venta una variedad enorme de artículos diferentes, manejados mediante una adecuada seccionalización de mercancía homogénea en utilidad, calidad y precio.
- h). Los inventarios físicos se levantan a precio de venta, lo que significa una ventaja, ya que no es necesario recurrir a los registros para valuarlos a costo, lo que facilita el procedimiento para la toma y valuación de los mismos, permitiendo practicarlos con más frecuencia. También se pueden hacer recuentos parciales durante el ejercicio, de acuerdo a lo establecido en el artículo 79 del Reglamento de la Ley del I.S.R., con lo cual se evita el levantamiento de un inventario total al cierre del ejercicio, ya que en el caso de tiendas de autoservicio, resultaría laborioso por la gran variedad de artículos que manejan y entorpecería las actividades de la empresa.
- i). Permite conocer los faltantes de inventarios en valores.
- j). Permite preparar una amplia información financiera con la frecuencia que se desee, como son Estados Financieros, Presupuestos, Rotación de Inventarios, Niveles de Inventarios, Estados Comparativos entre las secciones departamentales en que se clasifique el inventario, etc.
- k). El control de los inventarios a precio de venta se lleva a cabo por medio de cuentas de orden.

#### 4. DESARROLLO

Con el objeto de estructurar un desarrollo más objetivo del sistema de detallistas, a fin de facilitar su comprensión hasta la determinación del resultado bruto, lo haré de acuerdo al orden siguiente:

PASO 1.- DETERMINACION DE LA MERCANCIA DISPONIBLE.

PASO 2.- DETERMINACION DEL MARGEN DE UTILIDAD Y EL FACTOR DE COSTO DE LA MERCANCIA DISPONIBLE.

PASO 3.- DETERMINACION DE LAS DEDUCCIONES A LA MERCANCIA DISPONIBLE.

PASO 4.- DETERMINACION DEL INVENTARIO FINAL EN LIBROS A PRECIO-DE VENTA.

PASO 5.- DETERMINACION DEL INVENTARIO FINAL EN LIBROS A PRECIO-DE COSTO.

PASO 6.- DETERMINACION DEL COSTO DE VENTAS.

PASO 7.- DETERMINACION DE LA UTILIDAD BRUTA.

En la secuencia enunciada falta considerar los faltantes que se determinan al efectuar la comparación físico-teórica de inventarios; situación que se verá en el siguiente inciso, relativo a inventarios físicos.

PASO 1.- INTEGRACION DE LA MERCANCIA DISPONIBLE.

El primer elemento que interviene para el manejo del sistema de

detallista consiste en la determinación de la mercancía disponible del periodo a precio de costo y venta y que representa la base para obtener el factor de costo del periodo, indispensable para los pasos subsiguientes.

La mercancía disponible se determina en función a los saldos a precio de costo y precio de venta que se obtienen como resultado de las operaciones registradas en el periodo en las cuentas que se indican a continuación:

- a). INVENTARIOS.- Es una cuenta de balance de naturaleza deudora y representa la existencia a principio del periodo y que fué la mercancía que quedó como inventario final del periodo anterior a precio de costo.
- b). COMPRAS.- Es una cuenta de resultados de naturaleza deudora y representa el importe a precio de costo de las mercancías recibidas de los proveedores durante el periodo.
- c). GASTOS SOBRE COMPRAS.- Es una cuenta de resultados de naturaleza deudora y representa el importe de los gastos que se pagaron durante el periodo por concepto de fletes, seguros, maniobras, impuestos, gastos anuales, etc. Para transportar la mercancía comprada a las bodegas de las tiendas. Estos gastos se registran únicamente a precio de costo.
- d). DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS.- Es una cuenta de resultados de naturaleza acreedora y representa el importe a -

precio de costo de todas las devoluciones que se hicieron a los proveedores en el periodo por cualquier causa.

Sobre este concepto, es pertinente comentar que algunos autores recomiendan que la valuación se debe hacer al costo y venta original con que se dió entrada a la mercancía. Sin embargo, en la práctica de la venta al detalle se ha observado la dificultad para determinar primeramente a qué lote de mercancía corresponde el artículo a devolver, considerando que en un mismo periodo (un mes) pudo ser resurtido uno o más veces, y segundo, sería demasiado laborioso mantener en los registros contables la historia de todos los precios de costo en un periodo largo, debido a la alta rotación de la mercancía y a la modificación constante de los precios.

Por esta razón, en la práctica se acuerda con los proveedores, que las devoluciones se descontarán al precio de costo que esté en vigencia al momento de efectuarlas.

- a). REBAJAS, DESCUENTOS Y BONIFICACIONES SOBRE COMPRAS.- Es una cuenta de resultados de naturaleza acreedora y representa el importe a precio de costo de las rebajas, bonificaciones y descuentos sobre compras otorgados por los proveedores en un periodo determinado, debido fundamentalmente al volumen de compras que realizan las cadenas de tiendas de autoservicio.
- f). TRANSPERENCIAS NETAS DE MERCANCIA.- Es una cuenta de resultados de naturaleza mixta, es decir, su saldo puede —

ser deudor o acreedor y representa el importe neto a precio de costo de los trasposos de mercancía de una sección departamental a otra, o bien, de una tienda a otra. El neto que resulte en el periodo se incluirá en este renglón como un concepto para la determinación de la mercancía disponible, sumándolo si el saldo de la cuenta es deudor y restándolo si es acreedor.

El movimiento de la mercancía transferida se maneja a precio de venta y para determinar el costo se le aplica el factor de costo del mes anterior de la sección departamental o tienda que envió la mercancía.

g). AUMENTOS A PRECIOS DE VENTA.- Es una cuenta de orden de naturaleza deudora, que representa el importe de los aumentos netos de precios de venta, los que se registran solamente a este valor.

Se dice aumentos netos, porque se refiere exclusivamente a registrar las diferencias que resulten en relación al precio de venta anterior y el actual.

Los aumentos de precio se originan principalmente por dos motivos: para ajustar los precios de mercado y para corregir errores en la fijación de los precios de venta. Cuando se presenten los cambios de precio, hay que modificar los precios de la mercancía en existencia a los actuales; cuando se presente esta situación, será necesario inventariar la mercancía para ser reportada en un aviso de cambio de precios, anotando la cantidad, precio de venta -

anterior y precio de venta actual, para efectuar los cálculos correspondientes y proceder a su registro. Los incrementos de precios aumentan el inventario a precio de venta, con lo cual se abre el margen de utilidad bruta; y como este sistema se basa en promedios para valuar los inventarios a costo, se cumple con el principio de contabilidad en relación a los mismos, y que indica que los inventarios se deben valuar al precio de costo o mercado, el más bajo.

Los cambios de precio en el ramo del autoservicio revisten una operación importante y difícil de controlar, debido a la variedad de artículos que se manejan y a la constante fluctuación de precios que sufren los productos; por lo que esta actividad debe recaer en funcionarios responsables y supervisarse continuamente.

Por otra parte, no debe confundirse lo que significa un aumento de precio con una cancelación a aumentos de precios, ya que en el primer caso aumenta la mercancía disponible y en el segundo la disminuye, por lo que considerar las cancelaciones de aumentos de precio como una rebaja de precio origina un error, porque se aumenta el margen de utilidad bruta, se disminuye el costo de ventas y los inventarios quedan valuados a un costo superior al real.

Esta cuenta de orden es la controladora de los aumentos netos de precio, por lo que su registro contable debe hacerse por sección departamental. Su contra-cuenta se llamará PRECIO DE VENTA AUMENTOS y obviamente es de

naturaleza acreedora, en la que se registrarán los movimientos en forma global, ya que su utilidad es exclusivamente para efectuar la partida doble de los registros.

- h). EXISTENCIAS A PRECIO DE VENTA.- Es una cuenta de orden - deudora y representa el importe a precio de venta del inventario inicial del periodo, mismo que se consideró como final del periodo anterior. En esta cuenta se controlan los inventarios por sección departamental, por lo que -- los registros se deben efectuar en igual forma, es decir, por sección departamental. Su contracuenta se titulará - PRECIO DE VENTA DE EXISTENCIAS y es de naturaleza acredora; en la que los registros se harán en forma global.
- i). COMPRAS A PRECIO DE VENTA.- Es una cuenta de orden de -- naturaleza deudora y representa el importe a precio de -- venta de las compras efectuadas en el periodo. Los re-- gistros se harán por sección departamental para tener el control a ese nivel. Su contracuenta será PRECIO DE VEN-- TA DE COMPRAS y por consecuencia es de naturaleza acreo-- dora; en donde los registros se harán en forma global.
- j). DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS A PRECIO DE VENTA.- Es una -- cuenta de orden de naturaleza acreedora y representa el - importe a precio de venta de la mercancía devuelta a pro-- veedores en el periodo. Los registros se harán por sec-- ción departamental por ser la controladora de las devolu-- ciones efectuadas. Su contracuenta será PRECIO DE VENTA-

DE DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS y es de naturaleza deudora, en donde los registros se efectuarán en forma global.

- k). TRANSFERENCIAS NETAS DE MERCANCIA A PRECIO DE VENTA.- Es una cuenta de orden en la que su saldo puede ser deudor o acreedor y representa el importe neto a precio de venta de las transferencias de mercancía realizadas entre secciones departamentales o entre tiendas durante el periodo. Por ser la cuenta de orden controladora del concepto indicado, los registros contables se harán por sección departamental. Su contracuenta será PRECIO DE VENTA DE TRANSFERENCIAS NETAS DE MERCANCIA y su saldo también puede ser deudor o acreedor. Los registros en esta cuenta se harán en forma global.

Como se puede observar, los registros contables a precio de costo de las operaciones realizadas con mercancías, se llevan a cabo en cuentas de balance y de resultados, mientras que los precios de venta se registran exclusivamente en cuentas de orden.

Con el objeto de ser más claro en relación a los conceptos anteriores, a continuación desarrollaré un ejemplo para demostrar el procedimiento de la determinación de la mercancía disponible.

Como ya se asentó, que una de las características del sistema de detallistas consiste en la agrupación homogénea de mercancías, el ejemplo que se desarrollará corresponde a una sección departamental y las operaciones a un periodo determinado.

1. Se inicia el mes con un inventario de \$630,000.00 a precio de costo y \$900,000.00 a precio de venta.
2. Durante el mes se efectuaron compras por \$410,000.00 a precio de costo y \$600,000.00 a precio de venta.
3. Se pagaron en el mes fletes y otros gastos para transportar la mercancía a la tienda por \$35,000.00.
4. Se devolvió mercancía a proveedores durante el mes por un importe de \$47,600.00 a costo y \$70,000.00 a venta.
5. Los proveedores otorgaron descuentos confidenciales fuera de facturación por \$40,000.00.
6. Se efectuaron los movimientos siguientes por transferencia de mercancías:

	C O S T O	V E N T A
Recibida de otras tiendas	\$ 351,500.00	\$ 500,000.00
Entregada a otras tiendas	( 70,000.00)	(100,000.00)
<b>N E T O</b>	\$ 281,500.00	\$ 400,000.00

7. En el mes se remarcaron 100 artículos, cuyo precio de venta original era de \$1,000.00 a \$1,400.00 y posteriormente se detectó que se habían considerado 20 artículos deteriorados que no ameritaban el aumento anterior, ocasionando una cancelación de aumentos de precio de \$8,000.00; por lo que en resumen tenemos lo siguiente:

Aumentos netos de precio (100 x 400.00)	\$ 40,000.00
Cancelación de aumentos de precio (20 x 400.00)	( 8,000.00)
<b>NETO</b>	\$ 32,000.00

De acuerdo con las operaciones anteriores, la mercancía disponible se integra como sigue:

CONCEPTO	P R E C I O S	
	C O S T O	V E N T A
+ INVENTARIO INICIAL	\$630,000.00	\$900,000.00
+ COMPRAS	\$410,000.00	\$600,000.00
+ GASTOS SOBRE COMPRAS	35,000.00	- . -
- DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS	47,600.00	70,000.00
- DESCUENTOS, REBAJAS Y BONIFICACIONES SOBRE COMPRAS	40,000.00	- . -
+ COMPRAS NETAS	\$357,400.00	\$530,000.00
+ TRANSFERENCIAS NETAS	281,500.00	400,000.00
+ AUMENTOS NETOS DE PRECIOS	- . -	32,000.00
<b>TOTAL DE MERCANCIA DISPONIBLE</b>	<b>\$1,268,900.00</b>	<b>\$1,862,000.00</b>

La mercancía disponible representa el total de existencias con que se cuenta en un periodo para su disposición a ventas.

**PASO 2. - DETERMINACION DEL MARGEN DE UTILIDAD Y EL FACTOR DE COSTO DE LA MERCANCIA DISPONIBLE.**

Cuando ya se tiene determinada la mercancía disponible, el siguiente paso consiste en determinar el porcentaje de utilidad bruta y el

factor de costo; elementos fundamentales para el desarrollo subsecuente del sistema.

El factor de costo representa la relación promedio de costo sobre el valor de venta de la mercancía disponible para la venta.

El factor de costo se obtiene dividiendo el valor de la mercancía disponible entre el valor de costo de la misma, o sea:

$$\text{Factor de Costo} = \frac{\text{Valor de la mercancía disponible a precio de costo}}{\text{Valor de la mercancía disponible a precio de venta.}}$$

Considerando las cifras de nuestro ejemplo, tendremos:

$$\text{Factor de Costo} = \frac{\$1,268,900.00}{\$1,862,000.00} = 68.147153 \%$$

A partir de este momento, el sistema de detallistas se convierte en método de valuación, porque en base al factor de costo obtenido, se valúa el inventario final y se determina el resultado bruto del periodo.

Conociendo el factor de costo, el porcentaje de utilidad bruta se obtiene por diferencia del 100% representado por el precio de venta, menos el porcentaje de costo, es decir:

$$\text{Porcentaje de utilidad bruta} = 100.00\% - 68.147153 = 31.852847$$

La utilidad de estos factores en el sistema de detallistas, está basado en la siguiente premisa:

\* El inventario final de un periodo, representa una muestra de la mercancia disponible durante dicho periodo. Consecuentemente el promedio de margen de utilidad bruta y costo, en ambos casos es el mismo.

### PASO 3.- DETERMINACION DE LAS DEDUCCIONES A LA MERCANCIA DISPONIBLE

El tercer componente que interviene para el desarrollo del sistema de detallistas consiste en la determinación del total de deducciones a la mercancia disponible, el cual se forma de los saldos a precio de venta que se obtienen como resultado del registro de las operaciones del periodo, en el siguiente grupo de cuentas:

- a). VENTAS.- Es una cuenta de resultados de naturaleza acreedora que representa el importe de las ventas registradas en el periodo.
- b). DEVOLUCIONES SOBRE VENTAS.- Es una cuenta de resultados de naturaleza deudora y representa el importe de las devoluciones efectuadas por los clientes en el periodo.

Por lo que respecta a descuentos, rebajas y bonificaciones sobre ventas que se otorgan en el periodo; si éstas se registran por separado de la cuenta de ventas, no deben considerarse para la determinación del total de deducciones. Únicamente se consideran cuando son registradas como una disminución en la propia cuenta de ventas, porque en este caso se tiene que restituir ese importe a las ventas para que su relación con el costo sea la misma que tiene la mercancia disponible.

Sin embargo, en las tiendas de autoservicio no se presenta esta operación porque las ventas son efectuadas al contado; razón por la que en este trabajo no se considera, sino que solamente se hace la observación para los casos en que se tengan estos registros.

- c). DISMINUCIONES A PRECIO DE VENTA.- Es una cuenta de orden de naturaleza acreedora y representa el importe de las disminuciones netas de precios de venta registradas en el período.

Al igual que en los aumentos, las rebajas de precio se deben registrar por el importe neto de las mismas, es decir, exclusivamente por la diferencia que resulte del precio anterior y el precio actual.

Las disminuciones de precios pueden ser de dos clases: — Por ajustes al mercado o correcciones al precio de venta y por ofertas temporales. En ambos casos se consideran como parte integrante de las deducciones a la mercancía disponible y que vienen a disminuir la utilidad bruta, con el fin de apearse al principio conservador de contabilidad — que indica que las pérdidas deben registrarse cuando se conocen y las utilidades cuando se realizan.

Las disminuciones por ajuste al mercado o correcciones a los precios de venta, se efectúan generalmente por una mala operación de la tienda o del comprador al fijar sus precios de venta o por escoger mal la mercancía, por ejemplo: mercancía obsoleta, deteriorada o de calidad no aceptable.

Por lo que se refiere a disminuciones de precios por ofertas temporales, éstas son perfectamente planeadas para — dar mayor circulación de clientes a las tiendas y así incrementar las ventas. Este tipo de rebajas tiene un tratamiento especial en cuanto a que se debe registrar el neto que resulte entre el importe de la disminución original — de la mercancía y el aumento de la misma al terminar la — oferta; de esta forma se afectan los resultados por el — importe neto de la mercancía realmente desplazada en el — tiempo que estuvo en oferta, por lo que hay que tener — cuidado en considerar las cancelaciones de rebajas como — una disminución a las deducciones de la mercancía disponible y no confundirlas como un aumento de precio porque se afectarían a los inventarios en lugar de los resultados del periodo.

Por lo anterior, en las rebajas de precio debe existir un control estricto para reportar el inventario inicial de — la mercancía que se va a ofertar y el inventario final de la misma al concluir la oferta, con el objeto de registrar correctamente el importe de la rebaja por toda la mercancía existente al inicio de la oferta y por otra parte, el importe de la cancelación a la rebaja al terminar la oferta.

La cuenta de disminuciones a precio de venta es la controladora de este concepto, por lo que sus registros contables se deben hacer por sección departamental. Su contracuenta puede ser **PRECIOS DE VENTA DISMINUCIONES.**

- d). **MERMA AUTORIZADA A PRECIO DE VENTA.**- Es una cuenta de orden - de naturaleza acreedora y representa el importe que por -- faltantes en inventarios se piensa tener en el periodo. La - afectación contable se hace mensualmente y por sección depar - tamental en virtud de ser la cuenta controladora de este -- concepto. Su contracuenta puede ser PRECIO DE VENTA DE --- MERMA AUTORIZADA.

En esta cuenta se registra el posible faltante que se pien - sa obtener en el periodo por concepto de robos y mermas. Este importe se calcula en base a la experiencia de ejerci - cios anteriores, fluctuando el importe entre 1.5% a 2 % so - bre ventas netas.

Al hacerse la comparación físico-teórica de inventarios se - conoce el importe del faltante real, procediendo a ajustar - la diferencia al total de deducciones a la mercancía dispo - nible; sumándole si la diferencia es faltante y restándole si es sobrante.

A continuación se hará un ejemplo para la determinación -- de las deducciones a la mercancía disponible, con el objeto de ver cómo se integran y para tal efecto tenemos las si --- guientes operaciones:

1. Las ventas del periodo fueron por \$1'100,000.00
2. Los clientes devolvieron mercancía por \$100,000.00
3. Durante el periodo se rebajó mercancía por \$50,000.00, de - los cuales hubo una cancelación de rebaja por \$20,000.00.

	<u>IMPORTE</u>
Rebajas netas de precios	\$ 50,000.00
Cancelación de rebajas	(20,000.00)
<b>T O T A L</b>	<b>\$ 30,000.00</b>

4. Durante el periodo se provisionó por concepto de faltantes de inventarios, el 2% sobre ventas netas. ( $\$900,000.00 \times 2\% = \$18,000.00$ ).

Por lo tanto, la integración de las deducciones a la mercancía disponible, de acuerdo a las operaciones antes enunciadas, es como sigue:

C O N C E P T O	P R E C I O S	
	C O S T O	V E N T A
+ VENTAS TOTALES	- . -	\$ 1,100,000.00
- DEVOLUCIONES SOBRE VENTAS	- . -	100,000.00
+ VENTAS NETAS		1,000,000.00
+ DISMINUCIONES NETAS DE PRECIOS	- . -	30,000.00
+ MEMO AUTORIZADA	- . -	18,000.00
<b>TOTAL DE DEDUCCIONES O SALIDAS</b>	<b>- . -</b>	<b>1,048,000.00</b>

Como se puede observar, las deducciones a la mercancía disponible representan el total de las salidas de mercancía que se descargarán el inventario en libros.

PASO 4. DETERMINACION DEL INVENTARIO FINAL EN LIBROS A PRECIO DE VENTA.

En párrafos anteriores, se señaló que únicamente son dos los sistemas de control de inventarios en los que se puede conocer el inventario final sin necesidad de recurrir a la toma física para determinar el resultado del periodo.

En el sistema de detallistas, ya conocemos dos elementos que nos permitirán determinar el inventario final en libros:

- a). Mercancía disponible a precio de costo y venta.
- b). Total de deducciones a la mercancía disponible a precio de venta.

Por deducción, para conocer el inventario final en libros a precio de venta, se tiene que aplicar la siguiente fórmula:

INVENTARIO FINAL EN LIBROS A PRECIO DE VENTA = MERCANCIA DISPONIBLE A PRECIO DE VENTA - TOTAL DE DEDUCCIONES.

En el ejemplo que se está manejando, se determina en la forma siguiente:

<u>C O N C E P T O</u>	<u>PRECIOS DE VENTA</u>
MERCANCIA DISPONIBLE	\$ 1'862,000.00
Menos:	
TOTAL DE DEDUCCIONES	\$ 1'048,000.00
INVENTARIO FINAL EN LIBROS A PRECIO DE VENTA	\$ 814,000.00

PASO 5.- DETERMINACION DEL INVENTARIO FINAL EN LIBROS A PRECIO DE COSTO.

De acuerdo al principio en que se basa el sistema de detallistas, - de que el inventario final es una muestra de la mercancía disponible en el mismo periodo; para determinar el inventario final en libros a precio de costo, basta con aplicar el factor de costo que se obtiene en base a la mercancía disponible al inventario final a precio de venta.

De acuerdo a los pasos que se han visto para el desarrollo del sistema, tenemos que en el paso No. 2 se determinó el factor de costo en base a la mercancía disponible en la forma siguiente:

Mercancía disponible a Precio Costo \$ 1'268,900.00 = 68.147153%  
 Mercancía disponible a precio Venta 1'862,000.00

En el paso No. 4 se determinó que el inventario final en libros a precio de venta fue de \$814,000.00, por lo tanto, el inventario final en libros a su valor de costo es:

**INVENTARIO FINAL A PRECIO DE VENTA X FACTOR DE COSTO.**

tomando los datos del ejemplo, tenemos:

$$\$814,000.00 \times 68,147153\% = \underline{\underline{\$554,717.82}}$$

Por consiguiente, el inventario final a precio de costo importa la cantidad de \$554,717.82.

**PASO 6.- DETERMINACION DEL COSTO DE VENTAS.**

En páginas anteriores se estableció que en el Sistema de Detallistas, el costo de ventas se determina por diferencia de inventarios, es decir:

$$\text{INVENTARIO INICIAL A COSTO} + \text{COMPRAS NETAS A COSTO} = \text{MERCANCIA DISPONIBLE A COSTO} - \text{INVENTARIO FINAL A COSTO} = \text{COSTO DE VENTAS.}$$

Una vez convertido el inventario final en libros a precio de venta, a su valor de costo y conociendo el importe de la mercancía disponible a costo, tenemos todos los elementos para determinar el costo de ventas del periodo.

Tomando los datos de nuestro ejemplo, el costo de ventas se determina como sigue:

	<u>PRECIOS</u> <u>DE COSTO</u>
MERCANCIA DISPONIBLE	\$ 1,268,900.00
Menos:	
INVENTARIO FINAL	<u>554,717.82</u>
COSTO DE VENTAS	<u><u>\$ 714,182.18</u></u>

Para comprobar que el importe del costo de ventas es correcto, -- basta con aplicar el factor de costo al total de deducciones a -- la mercancía disponible.

En nuestro caso se comprueba en la forma siguiente.

Total de deducciones a la mercancía disponible	\$ 1'048,000.00
X Factor de Costo	68.147153%
	<hr/>
Costo de Ventas	\$ 714,182.16
	<hr/>

Por lo tanto tenemos los resultados siguientes:

Costo de Ventas determinado por diferencia de -- Inventarios.	\$ 714,182.18
Costo de Ventas en base a la aplicación del factor de costo al total de deducciones a la mercancía disponible.	<hr/> 714,182.16
Diferencia	\$ 0.02
	<hr/>

Como se puede observar, la diferencia de \$0.02 se debe a los decimales utilizados en el factor de costo, ya que entre más decimales se utilizan, la diferencia será menor.

#### PASO 7.- DETERMINACION DE LA UTILIDAD BRUTA.

Después de obtener el costo de ventas, la utilidad bruta se determina en el sistema de detallistas, como en todos los sistemas conocidos mediante la fórmula:

VENTAS NETAS - COSTO DE LO VENDIDO = UTILIDAD BRUTA.

Con las cifras de nuestro ejemplo, se determina de la manera siguiente:

VENTAS TOTALES	\$ 1'100,000.00
Menos:	
DEVOLUCIONES SOBRE VENTAS	<u>100,000.00</u>
VENTAS NETAS	\$ 1'000,000.00
Menos:	
COSTO DE VENTAS	<u>\$ 714,182.18</u>
UTILIDAD BRUTA	<u>\$ 285,817.82</u>

Con la determinación de la utilidad bruta, he intentado demostrar paso a paso, la secuencia que sigue el sistema de control de inventarios de detallistas para obtenerla. A continuación presentaré el Estado de Resultados hasta la determinación de la utilidad bruta con los datos del ejemplo que se ha manejado para tal efecto.

ESTADO DE RESULTADOS HASTA LA DETERMINACION DE LA UTILIDAD

BRUTA POR MEDIO DEL SISTEMA DE DETALLISTAS

CONCEPTO	PRECIOS		FACTOR DE COSTO	RESULTADOS	
	COSTO	VENTA		DEPORTE	%
1 + INVENTARIO INICIAL	\$ 630,000.00	\$ 900,000.00	70.000000		
+ Compras	410,000.00	600,000.00	68.313333		
+ Gastos sobre compras	35,000.00	- - -			
- Devoluciones sobre compras	47,000.00	70,000.00			
- Descuentos, Rebajas y Bonif. a/Compras	40,000.00	- - -			
2 + COMPRAS NETAS	\$ 357,400.00	\$ 530,000.00	67.433962		
3 + TRANSFERENCIAS NETAS	\$ 281,000.00	\$ 400,000.00			
4 + AUMENTOS NETOS DE PRECIOS	- - -	\$ 32,000.00			
5 TOTAL DE MERCANCIA DISPONIBLE(1+2+3+4 )	\$1,268,000.00	\$1,862,000.00	68.147153		
+ Ventas Totales	- - -	1,200,000.00			
- Devoluciones sobre Ventas	- - -	100,000.00			
6 + VENTAS NETAS	- - -	\$1,000,000.00		\$ 1,000,000.00	100.00
7 + DIFERENCIAS NETAS DE PRECIOS	- - -	\$ 30,000.00			
8 + PROVISIONES PARA FALTANTES	- - -	\$ 15,000.00			
9 TOTAL DE DEDUCCIONES O SALIDAS(6+7+8 )	- - -	\$1,045,000.00			
10 INVENTARIO FINAL EN LIBROS (5-9 )	\$ 554,717.82	\$ 814,000.00	68.147153		
11 COSTO DE VENTAS ( 5 - 10 )	\$ 714,192.18	- - -		\$ 714,192.18	71.42
12 UTILIDAD BRUTA ( 6 - 11 )				\$ 285,811.82	28.58

## 5. INVENTARIOS FISICOS

Al igual que en cualquier sistema de control de inventarios, en el de Detallistas se requiere levantar periodicamente un inventario físico para compararlo contra el inventario en libros y ajustar la diferencia.

De acuerdo a la técnica contable y a las disposiciones de la Ley del Impuesto sobre la Renta el inventario físico debe practicarse al final de cada ejercicio social. En el caso del Sistema de Detallistas, tanto la técnica contable como la Ley del I.S.R. aceptan que durante el año se levanten inventarios parciales de acuerdo a los grupos en que se haya clasificado la mercancía.

En cualquiera de los dos casos, ya sea que se trate de un inventario total o parcial, es necesario tomar algunas medidas para asegurarse de que el inventario se practique correctamente.

Por las características especiales de las empresas dedicadas a la venta al detalle, sus inventarios se componen de una variedad considerable de artículos diferentes, por lo que al practicarse los inventarios físicos deben considerarse, entre otros aspectos los siguientes:

- a). IMPORTANCIA
- b). PLANEACION
- c). TOMA FISICA
- d). CORTE DOCUMENTAL
- e). VALUACION
- f). AJUSTE EN LIBROS

**IMPORTANCIA.**- Es indiscutible que los inventarios representan un renglón importante del Activo Circulante, pero en las ——— tiendas de autoservicio, este concepto se acentúa como un renglón principal del Activo. Por esta razón, su control y valuación es preocupación constante de estas empresas, en virtud de que los resultados que se obtengan dependen en forma directa de esta situación.

Además de los controles y procedimientos que se implanten — para obtener resultados satisfactorios, habrá que tomar en — cuenta que las tiendas de autoservicio se enfrentan a una serie de problemas para establecer un adecuado control físico de las mercancías, debido al volumen y la extensa variedad de artículos que se manejan, así como a su alta rotación; por lo que el practicar recuentos físicos representa una actividad en la que interviene gran parte del personal de las tiendas. Además, como estos negocios no acostumbran cerrar sus puertas al público, habrá que considerar otro problema adicional para las tomas de inventarios.

La importancia de la práctica del inventario de existencias — radica en que es indispensable en toda empresa que maneja cualquier tipo de artículos o bienes, debido a la necesidad de que los Estados Financieros deben proporcionar información oportuna, correcta y apegada a la realidad, y además por el interés lógico que existe en controlar un renglón sobresaliente por el monto de su inversión.

PLANEACION.- La planeación del inventario constituye una etapa - previa a la toma física, en la cual se prevén los problemas, las situaciones adversas y las circunstancias que se puedan presentar a la hora del recuento.

Los aspectos más interesantes a observar antes de la fecha fijada para el inventario son:

- a). Calendarización de inventarios.- Puede abarcar un semestre o un año e indica las fechas en que se practicarán los recuentos de mercancía en cada una de las tiendas que integran la cadena.
- b). Zonificación de la tienda.- Conociendo la fecha del inventario, es conveniente la elaboración de un plano de la tienda, incluyendo bodega y piso de ventas. En este plano se clasificará a la tienda por zonas perfectamente definidas, mostrando gráficamente los muebles, estantes, botaderos, etc.- Con la elaboración de estos planos se evitan omisiones en el recuento, facilitando la estimación del personal y papelería a utilizarse en el levantamiento del inventario.
- c). Nombramiento, Jerarquización y Entrenamiento del personal. Unos días antes de la fecha establecida y en base al plano antes mencionado, se deberá estimar al personal necesario. Cumplido este requisito se precede a nombrar a las personas que dirigirán la práctica del inventario, como son: el Coordinador general, los Supervisores de Zonas, al Encargado de la distribución y control de las hojas de

inventario y al personal que contará y anotará las existencias en las hojas de inventario. Es conveniente para mayor seguridad y rapidez, que el personal seleccionado, esté familiarizado con el manejo de la mercancía de la zona que le corresponda.

En cuanto al entrenamiento del personal es conveniente prepararlo, mediante pláticas en las que se les explique en qué consiste, cómo se lleva a cabo y la importancia que tiene el efectuar correctamente el inventario. En forma escrita se pueden circularizar boletines en donde se resalten los puntos más importantes que deberán observarse, con el objeto de que esta función se desarrolle de acuerdo a las políticas establecidas para tal efecto.

- d). Cálculo de la papelería a utilizarse.- Se requiere hacer un cálculo estimado de las hojas de inventario que se necesitarán por zona, basándose en opiniones de los jefes de departamento, quienes por tener una estrecha relación con las mercancías, son los más capacitados para hacerlo.

Para tener un control sobre las hojas de inventario y evitar extravíos o confusiones, es conveniente asignarles un número de folio progresivo por zona.

- e). Preparación de la documentación necesaria.- Antes de iniciar el recuento, es necesario verificar que todas las operaciones relacionadas con mercancías queden de-

bidamente documentadas y turnadas al Departamento de Contabilidad para su registro correspondiente, con la finalidad de que se incluyan todas las operaciones anteriores a la fecha del inventario y la comparación físico-teórica arroje los resultados reales.

- f). Preparación de la mercancía.- Con el objeto de reducir tiempo, costo y errores, es conveniente que antes de la toma del inventario físico, la mercancía se acomode y clasifique correctamente, así como verificar que esté marcada a su precio de venta correspondiente.

**TOMA FISICA.-** Considerados los puntos expuestos en la planeación se procede al levantamiento del inventario físico en hojas de inventario, las cuales deben contener los siguientes datos:

- a). Folio
- b). Zona
- c). Sección departamental
- d). Número de unidades
- e). Número de unidades verificadas
- f). Precio de venta unitario
- g). Precio de venta verificado
- h). Precio de venta total
- i). Espacio para la suma de precio de venta total
- j). Espacio para los nombres y firmas de las personas que contaron, anotaron y supervisaron.

Es conveniente que en cada hoja de inventario se asiente mercancía que corresponde a una sola sección departamental para evitar errores en la valorización correspondiente.

Las actividades del personal encargado de llevar a cabo la toma física, entre otras, son las siguientes:

- a). El coordinador general se encargará de coordinar todas -- las actividades a desarrollarse en el inventario; supervi-- sar que éste se efectúe en la forma establecida; vigilar que el personal participante sea el asignado; tomar deci-- siones en situaciones imprevistas; hacer pruebas selecti-- vas y concentrar toda la información del inventario para -- turnarla al área correspondiente para su proceso posterior.
- b). Los supervisores de zonas tendrán la función de asesorar -- al personal a su cargo en la toma física; vigilar que ésta se realice en base a los procedimientos establecidos; vi-- gilar que el personal guarde el debido comportamiento y -- efectuar el segundo conteo de sus zonas al 100%.
- c). La persona responsable de controlar y distribuir las ho-- jas de inventario, deberá controlar todas las hojas (en-- tregadas y recibidas), así como todos los reportes que se deriven de esta operación y al finalizar el inventario, -- concentrar toda la documentación para entregársela al -- coordinador general.
- d). El personal auxiliar, se encargará de efectuar el recuen-- to de acuerdo a los procedimientos establecidos.

**CORTE DOCUMENTAL.**- Esta función reviste un punto importante en la toma física del inventario, porque después de haber verificado que toda la documentación antes del inventario se haya turnado al departamento contable, el coordinador de la toma física, deberá tomar nota de los últimos folios utilizados en toda la documentación que ampare operaciones realizadas con mercancías y CANCELAR el folio inmediato siguiente al último utilizado, -- anotando en cada documento la leyenda " Cancelado por inventario ". Los folios cancelados sirven como medida de control al Departamento de Contabilidad para cerciorarse que toda la documentación quede registrada.

La documentación que está sujeta a corte de folios por inventarios, es la siguiente:

- a). Facturas de mercancía recibida
- b). Facturas por ventas efectuadas
- c). Últimos números de control de zetas que arrojen las cajas registradoras.
- d). Devoluciones de mercancía a proveedores
- e). Devoluciones de clientes
- f). Cambios de precio, tanto aumentos como rebajas
- g). Transferencias entre tiendas y departamentos.

**VALUACION.**- Después de tener toda la documentación del inventario físico, se procede a la valuación del mismo. Esta función es sencilla pero muy laboriosa, debido al volumen considerable de hojas que normalmente se emplean en tiendas de autoservicio para levantar un inventario.

La función consiste en multiplicar las unidades inventariadas - por el precio de venta unitario, anotando el resultado en la - columna correspondiente. Esta operación se repite en cada renglón para obtener finalmente la suma total a precio de venta en cada hoja de inventario. Una vez valorizadas todas las hojas - a precio de venta, se elabora un concentrado por sección departamental, mismo que se totaliza y verifica contra la suma de - los totales de todas las hojas.

Hecho lo anterior, se procede a valorizar el inventario a precio de costo, para lo cual se aplica el importe total concentrado de cada sección departamental, el factor de costo que le corresponda de acuerdo a la fecha del inventario.

**AJUSTE EN LIBROS.**- Con el objeto de ser conservadores en los - resultados, es conveniente crear una provisión para faltantes - en inventarios, ya que en las tiendas de autoservicio es normal que existan diferencias en la comparación físico-teórica - de inventarios, ya que los hurtos en este tipo de negocios no - se pueden evitar, aún implantando los controles más estrictos - para este fin.

Esta provisión se calcula en base a resultados de comparaciones anteriores, oscilando el importe entre 1.50% a 2.00% sobre ventas netas; importe que mensualmente se descarga de los inventarios en libros. Bajo esta situación, teóricamente no debería existir ninguna diferencia, pero como se trata de una -

estimación mensual, al hacerse la comparación de inventarios, -- siempre se determinan diferencias, ya sea como faltante o sobrante.

Cuando ya se tiene valorizado el inventario físico a precio de venta, se procede a compararlo contra el inventario teórico en libros, a fin de determinar la diferencia real para este motivo.

Si el resultado se refiere a un faltante, se procede a efectuar el registro siguiente en Cuentas de Orden para ajustar en libros el inventario a precio de venta:

CARGO : PRECIO DE VENTA EXISTENCIAS

ABONO : EXISTENCIAS A PRECIO DE VENTA.

Si el resultado corresponde a un sobrante, el registro se hace en forma inversa.

Por la diferencia a precio de costo; cuando se trate de faltante se hace el siguiente registro, con el cual el costo absorbe el faltante y se ajusta el inventario final a precio de costo:

CARGO A: COSTO DE VENTAS

ABONO A: INVENTARIO INICIAL.

Si el resultado de la comparación es un sobrante, el registro se invierte, es decir, se bonifica al Costo de Ventas porque mensualmente se provisionó una cantidad en exceso, cantidad que se

debe cargar el inventario final para ajustarlo al físico a --  
precio de costo.

En vista de lo anterior, se insiste en el control que se nece  
sita ejercer para la toma de los inventarios físicos en los -  
negocios dedicados a la venta al detalle, porque una mala to-  
ma física nos imposibilita determinar el origen de los faltantes  
o sobrantes.

Con el objeto de ilustrar el ajuste por inventarios físicos,--  
supongamos en el ejemplo que hemos desarrollado, que después-  
de valuar el inventario físico a precio de venta, importó la-  
cantidad de \$790,000.00 y el inventario en libros es por ---  
\$814,000.00, por lo que se encuentra un faltante de:

Inventario teórico	\$	814,000.00
Inventario físico		790,000.00
		<hr/>
Faltante en inventarios	\$	24,000.00
		=====

En nuestro Estado de Resultados, esta diferencia se presenta  
en la forma siguiente:

	<u>P r e c i o s</u>		<u>% Costo</u>
	<u>Costo</u>	<u>Venta</u>	
Mercia. Disponible	\$1'268,900.00	\$1'862,000.00	68.147153
Menos:			
Total de Deducciones.	- . -	<u>1'048,000.00</u>	
Inventario Final - en Libros a Precio de Venta		\$ 814,000.00	
Menos:			
Faltante por Inven- tario Físico		<u>24,000.00</u>	
Inventario Final - Físico	<u>538,362.50</u>	790,000.00	68.147153
COSTO DE VENTAS	\$ 730,537.50		
	=====		

Por el resultado anterior, se demuestra el principio de que a — menor inventario final, mayor costo de ventas y a mayor inventario final, menor costo de ventas.

Nótese que al haber disminuido el valor del inventario final a precio de venta, disminuyó el valor del inventario final a precio de costo de acuerdo al factor de costo que arrojó la mercancía disponible y en consecuencia, aumentó el costo de ventas en la misma cantidad, como se demuestra a continuación:



6. VENTAJAS Y LIMITACIONES

Dentro de las principales ventajas que ofrece el Sistema de --  
Detallistas, podemos indicar las siguientes:

- a). Permite conocer el inventario en libros sin la necesidad de efectuar un conteo y su valuación. Por esta razón permite determinar el final de un periodo dado, el estado de costo de lo vendido y el resultado bruto.
- b). Permite cumplir en forma automática con el principio contable de que los inventarios deben valuarse al --  
"Precio de Costo o Mercado el más bajo" al absorber el costo de ventas las diferencias por baja de valor y el inventario los aumentos de valor.
- c). Permite controlar a precio de venta y costo la gran --  
cantidad de artículos diferentes que se manejan en las tiendas de autoservicio, mediante una adecuada seccionalización o departamentalización de mercancía homogénea en utilidad, calidad y precio.
- d). Facilita las prácticas de inventarios físicos porque --  
la mercancía se encuentra marcada a su precio de venta, y para convertirse a precio de costo basta con aplicar el factor de costo correspondiente.
- e). Constituye un sistema de control y método de valua--  
ción de inventarios aceptados por la ley del Impuesto sobre la Renta.

- f). Permite controlar los inventarios a precio de costo y venta, facilitando la preparación de una amplia información financiera con la frecuencia que se desee, como son: estados financieros, presupuestos, rotación de inventarios, estados comparativos entre secciones departamentales de compras, ventas, etc.

En cuanto a sus limitaciones podemos decir:

- a). No es posible implantarlo para todas las secciones departamentales de las tiendas de autoservicio, porque en aquellos artículos de poca duración y de precios inestables, como son: carnes frescas, pescados y mariscos, frutas y verduras, salchichonería y lácteos, etc. y dado que el funcionamiento del sistema de detallistas se basa en promedios de costo y si éstos tienen una fluctuación constante, los resultados que se obtendrían no serían los adecuados en caso de usarse el sistema. La línea de perecederos se acostumbra controlar únicamente a precio de costo, requiriéndose levantar inventarios físicos cada vez que se deseen determinar sus resultados.
- b). Es un sistema que es aplicable fundamentalmente al área comercial en donde se manejan inventarios que estén conformados por una gran variedad de artículos; en consecuencia su implantación para empresas que manejan inventarios reducidos no se justifica por ser un sistema que se basa en promedios. Para empresas industriales, únicamente puede ser utilizado para el control de sus inventarios de artículos terminados.

7. CASO PRACTICO

CONSIDERANDOS:

- a). Se trata de una cadena de tiendas de autoservicio perteneciente a una Empresa X, S.A., que desde sus oficinas - centrales controla administrativamente las operaciones - realizadas por aquélla.
- b). Sus inventarios los tiene clasificados en tres secciones departamentales: 101 - Abarrotes, 102 - Mercancías generales y 103 - Ropa.
- c). Las ventas se realizan al contado.
- d). Los proveedores entregan directamente la mercancía a las unidades de venta.
- e). Tanto la compra como venta de mercancía se considerará - sin impuesto al valor agregado, ya que para los fines - que se persiguen con el caso práctico no es necesario - considerar este registro.
- f). Para efectos de este ejemplo, únicamente se considerarán dos tiendas de la cadena mencionada:  
01.- Tienda Norte y 02.- Tienda Sur.
- g). El registro de las operaciones de un mes se harán exclusivamente en cuentas de mayor para determinar el resultado bruto.
- h). Dentro del catálogo de cuentas, sub-cuentas y sub-sub-cuentas que maneja la empresa, únicamente se considerarán las que se vean afectadas por las operaciones realizadas con mercancías, cuya codificación contable a nivel

de sub-cuenta será el número de tienda y a nivel de --  
sub-sub-cuenta será el número de sección departamental,  
para las cuentas que requieran el registro analítico --  
de las operaciones mencionadas.

- i). Las cuentas de mayor que maneja la empresa y que se ven afectadas por las operaciones con mercancías, son las siguientes:

<u>No. DE CTA.</u>	<u>N O M B R E</u>
111	Bancos
130	Inventarios
210	Proveedores
401	Ventas
403	Rebajas, Descuentos y Bonificaciones sobre Compras.
405	Devoluciones sobre Compras
500	Devoluciones sobre Ventas
501	Costo de Ventas
503	Compras
504	Transferencias Netas de Mercancía
506	Gastos sobre Compras
601	Existencias a Precio de Venta
602	Compras a precio de Venta
603	Precio de Venta de Devoluciones sobre compras
604	Transferencias Netas de Mercancía a - precio de Venta.
608	Aumentos a precios de Venta

610	Precios de Venta Disminuciones
612	Precio de Venta de Merma Autorizada
701	Precio de Venta de existencias
702	Precio de venta Compras
703	Devoluciones sobre Compras a Precio de Venta.
704	Precio de venta de Transferencias Netas de Mercancia
708	Precios de Venta - Aumentos
710	Disminuciones a Precios de Venta
712	Merma Autorizada a Precio de Venta.

j). La utilización de sub-cuentas para este caso práctico será para indicar el número de tienda a que corresponda la operación realizada, correspondiendo el número 01 - para la tienda Norte y el 02 - para la tienda Sur, y por lo que concierne a sub-sub-cuentas, se utilizarán para indicar los registros que corresponden por sección departamental, siendo el número 101 - para Abarrotes, el 102 - para Mercancías Generales y el 103 - para Ropa.

OPERACIONES DEL MES DE ENERO DE 1984 (CIFRAS EN MILES DE PESOS).

El inventario inicial se integra en la forma siguiente:

	01-TIENDA NORTE		02-TIENDA SUR	
	COSTO	VENTA	COSTO	VENTA
101.- Abarrotes	31,034	39,600	32,398	41,000
102.- Mercancías Generales	43,616	64,000	47,600	70,000
103.- Ropa	26,660	43,000	30,750	50,000
SUMAS	\$ 101,310	\$ 176,600	\$ 110,748	\$ 161,000

1.- Se realizaron compras de mercancía a crédito en la forma siguiente:

	<u>01 - TIENDA NORTE</u>		<u>02- TIENDA SUR</u>	
	<u>COSTO</u>	<u>VENTA</u>	<u>COSTO</u>	<u>VENTA</u>
101.- Abarrotes	15,791	19,500	17,134	21,000
102.- Mercancías Generales	7,100	10,000	13,113	18,600
103.- Ropa	6,884	10,700	7,690	12,000
SUMAS	\$ 29,775	\$ 40,200	\$ 37,937	\$ 51,600

2.- Por diferentes motivos se devolvió la siguiente mercancía a proveedores:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>		<u>02- TIENDA SUR</u>	
	<u>COSTO</u>	<u>VENTA</u>	<u>COSTO</u>	<u>VENTA</u>
101.- Abarrotes	1,376	1,700	1,224	1,500
102.- Mercancías Generales	2,130	3,000	1,551	2,200
103.- Ropa	1,737	2,700	1,922	3,000
SUMAS	\$ 5,243	\$ 7,400	\$ 4,697	\$ 6,700

3.- Se pagaron con cheque por concepto de embarques y transportes en relación a la mercancía adquirida, los siguientes importes:

	<u>01 - TIENDA NORTE</u>	<u>02 - TIENDA SUR</u>
101.- Abarrotes	400	500
102.- Mercancías Generales	320	650
103.- Ropa	100	110
SUMAS	\$ 820	\$ 1,260

- 4.- En base al volumen de compras, los proveedores otorgaron - descuentos, rebajas y bonificaciones sobre compras en la - forma siguiente:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>	<u>02-TIENDA SUR.</u>
101.- Abarrotes	600	800
102.- Mercancías Generales	240	500
103.- Ropa	300	320
SUMAS	<u>\$ 1,140</u>	<u>\$ 1,620</u>

- 5.- La tienda 02-Sur transfirió a la tienda 01 - Norte, la siguiente mercancía:

	<u>COSTO</u>	<u>VENTA</u>
101.- Abarrotes	6,212	7,800
102.- Mercancías Generales	1,382	2,000
103.- Ropa	512	800
SUMAS	<u>\$ 8,106</u>	<u>\$ 10,600</u>

- 6.- La tienda 02 - Sur transfirió mercancía de la sección departamental 101 - Abarrotes a la sección departamental - 102 - Mercancías Generales por \$169 a costo y \$200 a - Venta.

- 7.- Se autorizaron aumentos en los precios de venta en la siguiente forma:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>	<u>02-TIENDA SUR</u>
101.- Abarrotes	500	600
102.- Mercancias Generales	600	350
103.- Ropa	400	550
SUMAS	\$ <u>1,500</u>	\$ <u>1,500</u>

8.- Las ventas y las devoluciones sobre ventas fueron las siguientes, depositándose el neto en cuenta de cheques:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>		<u>02 - TIENDA SUR</u>	
	<u>VENTA</u>	<u>DEVOLUCION</u>	<u>VENTA</u>	<u>DEVOLUCION</u>
101.- Abarrotes	42,000	2,000	33,700	1,200
102.- Mercias.Grales	31,000	1,000	35,595	1,195
103.- Ropa	20,000	800	22,326	1,100
SUMAS	\$ <u>93,000</u>	\$ <u>3,800</u>	\$ <u>91,621</u>	\$ <u>3,495</u>

9.- Las disminuciones a los precios de venta autorizadas en el mes, fueron como sigue:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>	<u>02 - TIENDA SUR</u>
101.- Abarrotes	150	1,200
102.- Mercancias Generales	3,300	3,150
103.- Ropa	1,450	1,600
SUMAS	\$ <u>4,900</u>	\$ <u>5,950</u>

10.- Las cancelaciones a las disminuciones de precios por terminación de ofertas, fueron:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>	<u>02 - TIENDA SUR</u>
101.- Abarrotes	50	200
102.- Mercancias Generales	300	350
103.- Ropa	150	200
	<hr/>	<hr/>
SUMAS	\$ 500	\$ 750
	<hr/>	<hr/>

11.- La merma autorizada para faltantes en inventarios por concepto de robos y mermas es del 2% mensual sobre ventas netas, -- cuyo importe es el siguiente:

	<u>01-TIENDA NORTE</u>	<u>02 - TIENDA SUR</u>
101.- Abarrotes	800	650
102.- Mercancias Generales	600	688
103.- Ropa	384	425
	<hr/>	<hr/>
SUMAS	\$ 1,784	\$ 1,763
	<hr/>	<hr/>

Una vez que se han registrado todas las operaciones del mes, se procede a determinar los saldos de las cuentas para obtener las cifras que se asentarán en el estado de costo de lo vendido y utilidad bruta por tienda y sección departamental, mismos que se presentan al final del ejercicio.

Con la obtención de los saldos anteriores, se está en condiciones de determinar los inventarios finales a precio de costo y venta para proceder a sus registros contables y a correr los ajustes necesarios para saldar todas las cuentas que se relacionan con movimientos de mercancías, a excepción de las cuentas de inventarios, ventas, devoluciones sobre ventas, existencias a precio de venta y precio de venta de existencias, dando lugar a correr los ajustes siguientes:

- 1.- Traspaso al costo de ventas del inventario inicial a precio de costo, cargando a la cuenta Costo de Ventas con abono a Inventarios.
- 2.- Cancelación en Cuentas de Orden del inventario inicial a precio de venta, cargando a la cuenta Precio de Venta de Existencias con abono a Existencias a precio de Venta.
- 3.- Traspaso al Costo de Ventas del importe de las compras del mes, cargando a la cuenta de Costo de Ventas con abono a Compras (costo).
- 4.- Cancelación en Cuentas de Orden del importe de las compras a precio de venta, cargando a la cuenta Precio de Venta

Compras con abono a Compras a Precio de Venta.

- 5.- Traspaso al Costo de Ventas del importe de los gastos sobre Compras efectuados, cargando a la cuenta de Costo de Ventas con abono a Gastos sobre Compras
- 6.- Traspaso al Costo de Ventas de las devoluciones sobre Compras (a costo) registradas en el mes, cargando a la cuenta Devoluciones sobre Compras con abono a Costo de Ventas.
- 7.- Cancelación en Cuentas de Orden del importe de las devoluciones sobre compras a precio de venta registradas en el mes , cargando a la cuenta Devoluciones sobre Compras a precio de venta con abono a Precio de Venta de Devoluciones -- sobre Compras.
- 8.- Traspaso al Costo de Ventas de las rebajas, descuentos y -- bonificaciones sobre compras registradas en el mes, cargando a la cuenta de Rebajas, Descuentos y Bonificaciones sobre Compras con abono a Costo de Ventas.
- 9.- Traspaso al Costo de Ventas del saldo de la cuenta de Transferencias netas de Mercancías (costo).
- 10.- Cancelación en Cuentas de Orden de las transferencias netas de mercancía a precio de Venta.
- 11.- Cancelación en Cuentas de Orden de los aumentos de precios de venta registrados, cargando a la cuenta de Precios de -- Venta Aumentos con abono a Aumentos a Precios de Venta.

- 12.- Cancelación en Cuentas de Orden de las disminuciones netas a precios de venta, cargando a la cuenta Disminuciones a Precios de Venta con abono a Precios de Venta Disminuciones.
- 13.- Cancelación en Cuentas de Orden del importe de la merma autorizada registrada en el mes, cargando a la cuenta Merma Autorizada a precio de venta con abono a Precio de Venta de merma Autorizada.
- 14.- Registro del inventario final a precio de costo, cargando a la cuenta de Inventarios con abono a Costo de Ventas.
- 15.- Registro del inventario final a precio de venta, cargando a la cuenta de Existencias a precio de Venta con abono a Precio de Venta de Existencias.

El objetivo que se persigue con los ajustes anteriores, está en que el saldo de movimientos del mes que arroje la cuenta de Costo de Ventas, representa el costo de lo vendido del periodo. Asimismo al registrar las operaciones del siguiente mes, las cuentas que controlen operaciones relacionadas con mercancías no deberán contemplar ningún saldo, a excepción de las señaladas anteriormente, a fin de iniciar de nuevo el proceso y así sucesivamente.

Por último es conveniente mencionar que aparentemente se ve muy complicado el procedimiento contable del sistema de detallistas; pero con el auxilio de computadoras, toda la operación se realiza a través de ellas por medio de programas que se establezcan para tal efecto, recayendo en el área contable la tarea de supervisar que todas las operaciones se canalicen oportunamente para que sean consideradas en el proceso mensual.

130.- INVENTARIOS (D.L.)		
SA)	212,058	212,058 (TR 1)
TR 14)	134,688	
	346,746	212,058
S)	134,688	

TIENDA NORTE		
130 - 01		
SA)	101,310	101,310 (TR 1)
TR 14)	65,894	
	167,204	101,310
S)	65,894	

A B A R R O T E S		
130 - 01 - 101		
SA )	31,034	31,034 (TR 1)
TR 14)	19,425	
	50,459	31,034
S )	19,425	

MERCANCIAS GENERALES		
130 - 01 - 102		
SA)	43,616	43,616 (TR 1)
TR 14)	27,222	
	70,838	43,616
S)	27,222	

R O P A		
130 - 01 - 103		
SA)	26,660	26,660 (TR 1)
TR 14)	19,269	
	45,929	26,660
S)	19,269	

TIENDA SUR		
130 - 02		
SA)	110,748	110,748 (TR 1)
TR 14)	68,794	
	179,542	110,748
S)	68,794	

A B A R R O T E S		
130 - 02 - 101		
SA )	32,398	32,398 (TR 1)
TR 14)	14,856	
	47,254	32,398
S )	14,856	

MERCANCIAS GENERALES		
130 - 02 - 102		
SA)	47,600	47,600 (TR 1)
TR 14)	32,237	
	79,837	47,600
S)	32,237	

R O P A		
130 - 02 - 103		
SA)	30,750	30,750 (TR 1)
TR 14)	21,751	
	52,501	30,750
S)	21,751	

NOTA.- En todas las cuentas de control analítico de las operaciones relacionadas con mercancías, los registros se ven aparentemente duplicados como cargos o abonos, dependiendo de la cuenta afectada. Esta situación se debe a la necesidad de registrar las operaciones mencionadas en la cuenta de control global, pero además se hacen por tienda y sección departamental para el funcionamiento del Sistema de Jarrillistas.

( C. O. D. )

601 - EXISTENCIAS A PRECIO DE VENTA			
SA )	337,600	337,600	(TR 2)
TR 15)	<u>197,827</u>		
	535,427	<u>337,600</u>	
S )	197,827		

( C. O. A. )

701 - PRECIO DE VENTA DE EXISTENCIAS			
TR 2)	337,600	337,600	(SA
		<u>197,827</u>	(TR 15
	<u>337,600</u>	545,427	
			S )
		197,827	

## TIENDA NORTE

601 - 01

SA )	176,600	176,600	(TR 2
TR15)	<u>96,116</u>		
	272,716	<u>176,600</u>	
S )	96,116		

## ABARROTES

601 - 01 - 101

SA )	39,600	39,600	(TR2
TR15)	<u>24,800</u>		
	64,400	<u>39,600</u>	
S )	24,800		

## MERCANCIAS GENERALES

601 - 01 - 102

SA )	64,000	64,000	(TR 2
TR15)	<u>40,000</u>		
	104,000	<u>64,000</u>	
S )	40,000		

## R O P A

601 - 01 - 103

SA )	43,000	43,000	(TR 2
TR15)	<u>31,316</u>		
	74,316	<u>43,000</u>	
S )	31,316		

## TIENDA SUR

601 - 02

SA )	161,000	161,000	(TR 2
TR15)	<u>101,711</u>		
	262,711	<u>161,000</u>	
S )	101,711		

## ABARROTES

601 - 02 - 101

SA )	41,000	41,000	(TR2
TR15)	<u>18,950</u>		
	59,950	<u>41,000</u>	
S )	18,950		

## MERCANCIAS GENERALES

601 - 02 - 102

SA )	70,000	70,000	(TR 2
TR15)	<u>47,062</u>		
	117,062	<u>70,000</u>	
S )	47,062		

## R O P A

601 - 02 - 103

SA )	50,000	50,000	(TR 2
TR15)	<u>35,699</u>		
	85,699	<u>50,000</u>	
S )	35,699		

( C.R.D. )

503 - C O M P R A S

1)	67,712	
8)	67,712	67,712 (TR 3)

( C. P. )

210 - P R O V E E D O R E S

2)	9,940	67,712 (1)
4)	2,760	
	12,700	67,712
		55,012 (S)

TIENDA NORTE  
503 - 01

1)	29,775	
8)	29,775	29,775 (TR 3)

A B A R R O T E S  
503 - 01 - 101

1)	15,791	
8)	15,791	15,791 (TR 3)

MERCANCIAS GENERALES  
503 - 01 - 102

1)	7,100	
8)	7,100	7,100 (TR 3)

R O P A  
503 - 01 - 103

1)	6,884	
8)	6,884	6,884 (TR 3)

TIENDA SUR  
503 - 02

1)	37,937	
8)	37,937	37,937 (TR 3)

A B A R R O T E S  
503 - 02 - 101

1)	17,134	
8)	17,134	17,134 (TR 3)

MERCANCIAS GENERALES  
503 - 02 - 102

1)	13,113	
8)	13,113	13,113 (TR 3)

R O P A  
503 - 02 - 103

1)	7,690	
8)	7,690	7,690 (TR 3)

( G. O. B. )

602 - COMPRAS A PRECIO DE VENTA

1 A)	<u>91,800</u>	
S)	91,800	91,800 (TR 4)

( G. O. A. )

702 - PRECIO DE VENTA COMPRAS

		<u>91,800</u>	1 A
TR 4)	91,800	91,800	S

TIENDA NORTE

602 - 01

1 A)	<u>40,200</u>	
S)	40,200	40,200 (TR 4)

ABARROTES

602 - 01 - 101

1 A)	<u>19,500</u>	
S)	19,500	19,500 (TR 4)

MERCANCIAS GENERALES

602 - 01 - 103

1 A)	<u>10,000</u>	
S)	10,000	10,000 (TR 4)

R O P A

602 - 01 - 101

1 A)	<u>10,700</u>	
S)	10,700	10,700 (TR 4)

TIENDA SUR

602 - 02

1 A)	<u>51,600</u>	
S)	51,600	51,600 (TR 4)

ABARROTES

602 - 02 - 101

1 A)	<u>21,000</u>	
S)	21,000	21,000 (TR 4)

MERCANCIAS GENERALES

602 - 02 - 102

1 A)	<u>18,600</u>	
S)	18,600	18,600 (TR 4)

R O P A

602 - 02 - 101

1 A)	<u>12,000</u>	
S)	12,000	12,000 (TR 4)

( C.R.D. )

506 - GASTOS SOBRE COMPRAS

3)	2,080	
8)	2,080	2,080 (TR 5)

TIENDA NORTE

506 - 01

3)	820	
8)	820	820 (TR 5)

ABARROTES

506 - 01 - 101

3)	400	
8)	400	400 (TR 5)

MERCANCIAS GENERALES

506 - 01 - 102

3)	320	
8)	320	320 (TR 5)

R O P A

506 - 01 - 103

3)	100	
8)	100	100 (TR 5)

TIENDA SUR

506 - 02

3)	1,260	
8)	1,260	1,260 (TR 5)

ABARROTES

506 - 02 - 102

3)	500	
8)	500	500 (TR 5)

MERCANCIAS GENERALES

506 - 02 - 102

3)	650	
8)	650	650 (TR 5)

R O P A

506 - 02 - 103

3)	110	
8)	110	110 (TR 5)

( C. R. A. )

405 - DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS

		9,940 (2)
TR 6)	9,940	9,940 (S)
=====		

TIENDA NORTE

405 - 01

	5,243 (2)
TR 6)	5,243 (S)
=====	

ABARROTES

405 - 01 - 101

	1,376 (2)
TR 6)	1,376 (S)
=====	

MERCANCIAS GENERALES

405 - 01 - 102

	2,130 (2)
TR 6)	2,130 (S)
=====	

R O P A.

405 - 01 - 103

	1,737 (2)
TR 6)	1,737 (S)
=====	

TIENDA SUR

405 - 02

	4,697 (2)
TR 6)	4,697 (S)
=====	

ABARROTES

405 - 02 - 101

	1,224 (2)
TR 6)	1,224 (S)
=====	

MERCANCIAS GENERALES

405 - 02 - 102

	1,551 (2)
TR 6)	1,551 (S)
=====	

R O P A

405 - 02 - 103

	1,922 (2)
TR 6)	1,922 (S)
=====	

( C. O. A. )  
703 - DEVOL. S/COMPAS A PRECIO DE VENTA

		14,100 (2 A
TR 7)	14,100	14,100 (S

( C. O. D. )  
603 - PRECIO DE VENTA DE DEVOL. S/ COMPAS

2 A)	14,100	
S)	14,100	14,100 (TR 7

TIENDA NORTE

703 - 01

		7,400 (2 A
TR 7)	7,400	7,400 (S

ABARROTES

703 - 01 - 101

		1,700 (2 A
TR 7)	1,700	1,700 (S

MERCANCIAS GENERALES

703 - 01 - 102

		3,000 (2 A
TR 7)	3,000	3,000 (S

R O P A

703 - 01 - 103

		2,700 (2 A
TR 7)	2,700	2,700 (S

TIENDA SUR

703 - 02

		6,700 (2 A
TR 7)	6,700	6,700 (S

ABARROTES

703 - 02 - 101

		1,500 (2 A
TR 7)	1,500	1,500 (S

MERCANCIAS GENERALES

703 - 02 - 102

		2,200 (2 A
TR 7)	2,200	2,200 (S

R O P A

703 - 02 - 103

		3,000 (2 A
TR 7)	3,000	3,000 (S

( C. R. A. )  
 403.-REBAJAS, DESCUENTOS Y BONIFICACIONES SOBRE COMPRAS

	2,760 (4)
TR 8) 2,760	2,760 (S)
=====	=====

TIENDA NORTE  
403 - 01

	1,140 (4)
TR 8) 1,140	1,140 (S)
=====	=====

ABARROTES  
403 - 01 - 101

	600 (4)
TR 8) 600	600 (S)
=====	=====

MERCANCIAS GENERALES  
403 - 01 - 102

	240 (4)
TR 8) 240	240 (S)
=====	=====

R O P A  
403 - 01 - 103

	300 (4)
TR 8) 300	300 (S)
=====	=====

TIENDA SUR  
403 - 02

	1,620 (4)
TR 8) 1,620	1,620 (S)
=====	=====

ABARROTES  
403 - 02 - 101

	800 (4)
TR 8) 800	800 (S)
=====	=====

MERCANCIAS GENERALES  
403 - 02 - 102

	500 (4)
TR 8) 500	500 (S)
=====	=====

R O P A  
403 - 02 - 103

	320 (4)
TR 8) 320	320 (S)
=====	=====

( C. R. )

504.- TRANSFERENCIAS NETAS DE MERCANCIA

5)	8,106	8,106 (5)
6)	169	169 (6)
	8,275	8,275
TR 9)	8,106	8,106 (TR 9)

TIENDA NORTE

504 - 01

5 )	8,106	
8 )	8,106	8,106 (TR 9)

ABARROTES

504 - 01 - 101

5)	6,212	
8)	6,212	6,212 (TR 9)

MERCANCIAS GENERALES

504 - 01 - 102

5)	1,382	
8)	1,382	1,382 (TR 9)

R O P A

504 - 01 - 103

5)	512	
8)	512	512 (TR 9)

TIENDA SUR

504 - 02

6 )	169	8,106 (5)
		169 (6)
	169	8,275
TR 9)	8,106	8,106 (8)

ABARROTES

504 - 02 - 101

		6,212 (5)
		169 (6)
TR 9)	6,381	6,381 (8)

MERCANCIAS GENERALES

504 - 02 - 102

6)	169	1,382 (5)
	169	1,382
TR 9)	1,213	1,213 (8)

R O P A

504 - 02 - 103

		512 (5)
TR 9)	512	512 (8)

( C. O. D. )

604.-TRANSPERENCIAS NETAS DE MERCANCIA A

PRECIO DE VENTA		
5 A)	10,600	10,600 (5 A
6 A)	200	200 (6 A
	10,800	10,800
TR 10)	10,600	10,600 (TR 10

( C. O. A. )

704.- PRECIO DE VENTA DE TRANSPERENCIAS

NETAS DE MERCANCIA		
5 A)	10,600	10,600 (5 A
6 A)	200	200 (6 A
	10,800	10,800
TR 10)	10,600	10,600 (TR 10

TIENDA NORTE

604 - 01

5 A)	10,600	
8 )	10,600	10,600 (TR 10

ABARROTES

604 - 01 - 101

5 A)	7,800	
8 )	7,800	7,800 (TR 10

MERCANCIAS GENERALES

604 - 01 - 102

5 A)	2,000	
8 )	2,000	2,000 (TR 10

R O P A

604 - 01 - 103

5 A)	800	
8 )	800	800 (TR 10

TIENDA SUR

604 - 02

6 A)	200	10,600 (5 A
		200 (6 A
	200	10,800
TR 10)	10,600	10,600 (8

ABARROTES

604 - 02 - 101

	7,800 (5 A
	200 (6 A
TR 10)	8,000 8,000 (8

MERCANCIAS GENERALES

604 - 02 - 102

6 A)	200	2,000 (5 A
	200	2,000
TR 10)	1,800	1,800 (8

R O P A

604 - 02 - 103

	800 (5 A
TR 10)	800 800 (8

( G. O. D. )  
608 - ADJUSTOS A PRECIOS DE VENTA

7)	3,000	
8)	3,000	3,000 (TR 11)

( G. O. A. )  
708 - PRECIOS DE VENTA ADJUSTOS

		3,000 (7)
TR 11)	3,000	3,000 (8)

TIENDA NORTE

608 - 01

7)	1,500	
8)	1,500	1,500 (TR 11)

ABARROTES

608 - 01 - 101

7)	500	
8)	500	500 (TR 11)

MERCANCIAS GENERALES

608 - 01 - 102

7)	600	
8)	600	600 (TR 11)

R O P A

608 - 01 - 103

7)	400	
8)	400	400 (TR 11)

TIENDA SUR

608 - 02

7)	1,500	
8)	1,500	1,500 (TR 11)

ABARROTES

608 - 02 - 101

7)	600	
8)	600	600 (TR 11)

MERCANCIAS GENERALES

608 - 02 - 102

7)	350	
8)	350	350 (TR 11)

R O P A

608 - 02 - 103

7)	350	
8)	350	350 (TR 11)

( C.R.A. )  
401 - VENTAS

	<u>184,621</u> (8)
	184,621 (S)

( C. A. D. )  
111 - BANCOS

8)	<u>177,326</u>	<u>2,080</u> (4)
	177,326	2,080
S)	175,246	

TIENDA NORTE

401 - 01

	<u>93,000</u> (8)
	93,000 (S)

A B A R R O T E S

401 - 01 - 101

	<u>42,000</u> (8)
	42,000 (S)

MERCANCIAS GENERALES

401 - 01 - 102

	<u>31,000</u> (8)
	31,000 (S)

R O P A

401 - 01 - 103

	<u>20,000</u> (8)
	20,000 (S)

TIENDA SUR

401 - 02

	<u>91,621</u> (8)
	91,621 (S)

A B A R R O T E S

401 - 02 - 101

	<u>33,700</u> (8)
	33,700 (S)

MERCANCIAS GENERALES

401 - 02 - 102

	<u>35,595</u> (8)
	35,595 (S)

R O P A

401 - 02 - 103

	<u>22,126</u> (8)
	22,126 (S)

( C.R.D. )

500 - DEVOLUCIONES SOBRE VENTAS

8)	7,295	
S)	7,295	

TIENDA NORTE  
500 - 01

8)	1,800	
S)	1,800	

ABARROTES  
500 - 01 - 101

8)	2,000	
S)	2,000	

MERCANCIAS GENERALES  
500 - 01 - 102

8)	1,000	
S)	1,000	

R O P A  
500 - 01 - 103

8)	800	
S)	800	

TIENDA SUR  
500 - 02

8)	1,495	
S)	1,495	

ABARROTES  
500 - 02 - 101

8)	1,200	
S)	1,200	

MERCANCIAS GENERALES  
500 - 02 - 102

8)	1,195	
S)	1,195	

R O P A  
500 - 02 - 103

8)	1,100	
S)	1,100	

( C. O. A. )

710 - DISMINUCIONES A PRECIOS DE VENTA

10)	<u>1,250</u>	<u>10,850 (9)</u>
	1,250	10,850
TR 12)	<u>9,600</u>	<u>9,600 (8)</u>

( C. O. D. )

610 - PRECIOS DE VENTA DISMINUCIONES

9)	<u>10,850</u>	<u>1,250 (10)</u>
	10,850	1,250
8)	<u>9,600</u>	<u>9,600 (TR 12)</u>

TIENDA NORTE

710 - 01.

10)	<u>500</u>	<u>4,900 (9)</u>
	500	4,900
TR 12)	<u>4,400</u>	<u>4,400 (8)</u>

ABARROTES

710 - 01 - 101

10)	<u>50</u>	<u>150 (9)</u>
	50	150
TR 12)	<u>100</u>	<u>100 (8)</u>

MERCANCIAS GENERALES

710 - 01 - 102

10)	<u>300</u>	<u>3,300 (9)</u>
	300	3,300
TR 12)	<u>3,000</u>	<u>3,000 (8)</u>

R O P A

710 - 01 - 103

10)	<u>150</u>	<u>1,450 (9)</u>
	150	1,450
TR 12)	<u>1,300</u>	<u>1,300 (8)</u>

TIENDA SUR

710 - 02

10)	<u>750</u>	<u>5,950 (9)</u>
	750	5,950
TR 12)	<u>5,200</u>	<u>5,200 (8)</u>

ABARROTES

710 - 02 - 101

10)	<u>200</u>	<u>1,200 (9)</u>
	200	1,200
TR 12)	<u>1,000</u>	<u>1,000 (8)</u>

MERCANCIAS GENERALES

710 - 02 - 102

10)	<u>350</u>	<u>3,150 (9)</u>
	350	3,150
TR 12)	<u>2,800</u>	<u>2,800 (8)</u>

R O P A

710 - 02 - 103

10)	<u>200</u>	<u>1,600 (9)</u>
	200	1,600
TR 12)	<u>1,400</u>	<u>1,400 (8)</u>

( C. O. A. )

712 - MERMA AUTORIZADA A PRECIO DE VENTA

		3,547 (11)
TR 13)	3,547	3,547 (S)

( C. O. D. )

612 - PRECIO DE VENTA DE MERMA AUTORIZADA

11)	3,547	
S)	3,547	3,547 (TR 13)

TIENDA NORTE

712 - 01

		1,784 (11)
TR 13)	1,784	1,784 (S)

ABARROTES

712 - 01 - 101

		800 (11)
TR 13)	800	800 (S)

MERCANCIAS GENERALES

712 - 01 - 102

		600 (11)
TR 13)	600	600 (S)

R O P A

712 - 01 - 103

		384 (11)
TR 13)	384	384 (S)

TIENDA SUR

712 - 02

		1,763 (11)
TR 13)	1,763	1,763 (S)

ABARROTES

712 - 02 - 101

		650 (11)
TR 13)	650	650 (S)

MERCANCIAS GENERALES

712 - 02 - 102

		688 (11)
TR 13)	688	688 (S)

R O P A

712 - 02 - 103

		425 (11)
TR 13)	425	425 (S)

( C.R.D. )

## 501 - COSTO DE VENTAS:

TR 1)	212,058	9,940 (TR 6
TR 3)	67,712	2,760 (TR 8
TR 5)	2,080	8,106 (TR 9
TR 9)	8,106	134,688 (TR 14
	<u>289,956</u>	<u>155,494</u>
S)	134,462	

## TIENDA NORTE

501 - 01

TR 1)	101,310	5,243 (TR 6
TR 3)	29,775	1,140 (TR 8
TR 5)	820	65,894 (TR 14
TR 9)	8,106	
	<u>149,011</u>	<u>72,277</u>
S)	67,734	

## ABARROTES

501 - 01 - 101

TR 1)	31,034	1,376 (TR 6
TR 3)	15,791	600 (TR 8
TR 5)	400	19,425 (TR 14
TR 6)	6,212	
	<u>53,437</u>	<u>21,401</u>
S)	32,036	

## MERCANCIAS GENERALES

501 - 01 - 102

TR 1)	43,616	2,130 (TR 6
TR 3)	7,100	240 (TR 8
TR 5)	320	27,200 (TR 14
TR 9)	1,382	
	<u>52,418</u>	<u>29,570</u>
S)	22,848	

## R O P A

501 - 01 - 103

TR 1)	26,660	1,737 (TR 6
TR 3)	6,884	300 (TR 8
TR 5)	100	19,269 (TR 14
TR 9)	312	
	<u>34,156</u>	<u>21,306</u>
S)	12,850	

## TIENDA SUR

501 - 02

TR 1)	110,748	4,697 (TR 6
TR 3)	37,937	1,620 (TR 8
TR 5)	1,260	8,106 (TR 9
		68,794 (TR 14
	<u>149,945</u>	<u>83,217</u>
S)	66,728	

## ABARROTES

501 - 02 - 101

TR 1)	32,398	1,224 (TR 6
TR 3)	17,134	800 (TR 8
TR 5)	500	6,381 (TR 9
		14,856 (TR 14
	<u>50,032</u>	<u>23,261</u>
S)	26,771	

## MERCANCIAS GENERALES

501 - 02 - 102

TR 1)	47,600	1,351 (TR 6
TR 3)	13,113	500 (TR 8
TR 5)	650	1,213 (TR 9
		32,187 (TR 14
	<u>61,363</u>	<u>35,451</u>
S)	25,912	

## R O P A

501 - 02 - 103

TR 1)	30,750	1,922 (TR 6
TR 3)	7,690	320 (TR 8
TR 5)	110	312 (TR 9
		21,751 (TR 14
	<u>38,550</u>	<u>24,305</u>
S)	14,045	

COMPAÑIA COMERCIAL S.A.  
01 - TIENDA NORTE.  
ESTADO DE COSTO DE LO VENDIDO Y UTILIDAD BRUTA POR EL  
PERIODO COMPRENDIDO DEL 1° AL 31 DE ENERO DE 1984  
 ( Miles de Pesos )

C O N C E P T O .	101 - A B A R R O T E S				102 - M E R C A N C I A S G E N E R A L E S				103 - R O P A									
	P R E C I O S		FACTOR DE COSTO	R E S U L T A D O S		P R E C I O S		FACTOR DE COSTO	R E S U L T A D O S		P R E C I O S		FACTOR DE COSTO	R E S U L T A D O S				
	COSTO	VENTA		IMPORTE	%	COSTO	VENTA		IMPORTE	X	COSTO	VENTA		IMPORTE	X			
+ INVENTARIO INICIAL	31,034	39,600	78.368686				43,616	64,000	68.150000					26,660	43,000	62.000000		
+ Compras	15,791	19,500	80.979487				7,100	10,000	71.000000					6,884	10,700	64.336448		
+ Gastos sobre Compras	400	-					320	-						100	-			
- Devoluciones sobre Compras	1,376	1,700					2,130	3,000						1,737	2,700			
- Rebajas, gastos y Bonif. a Compras	600	-					240	-						300	-			
+ COMPRAS NETAS	14,215	17,800	79.859550				5,050	7,000	72.142857					4,947	8,000	61.837500		
+ TRANSFERENCIAS NETAS	6,212	7,800					1,382	2,000						512	800			
+ AUMENTOS NETOS DE PRECIOS	-	500					-	600						-	400			
TOTAL DE MERCANCIA DISPONIBLE	51,461	65,700	78.327245				50,048	73,600	68.000000					32,119	52,200	61.530651		
+ Ventas	-	42,000					-	31,000						-	20,000			
- Devoluciones sobre Ventas	-	2,000					-	1,000						-	800			
+ VENTAS NETAS	-	40,000		40,000	100.00		-	30,000		30,000	100.00			-	19,200		19,200	100.00
+ DISMINUCIONES NETAS DE PRECIOS	-	100					-	3,000						-	1,300			
+ MERMA AUTORIZADA	-	800					-	600						-	384			
TOTAL DE DEDUCCIONES	-	40,900					-	33,600						-	20,884			
INVENTARIO FINAL	19,425	24,800	78.327245				27,200	40,000	68.000000					19,269	31,316	61.530651		
COSTO DE VENTAS	32,036			32,036	80.09		22,848			22,848	76.16			12,850			12,850	66.93
UTILIDAD BRUTA				7,964	19.91					7,152	23.84						6,350	33.07

COMPANIA COMERCIAL S. S. A.  
02 - TIENDA SUR  
ESTADO DE COSTO DE LO VENDIDO Y UTILIDAD BRUTA POR EL PERIODO  
COMPRANDIDO DEL 1° AL 31 DE FEBERO DE 1984.  
 (Miles de Pesos)

C O N C E P T O	101 - A B A R R O T E S				102 - M E R C A N C I A S G E N E R A L E S				103 - R O P A						
	P R E C I O S		F A C T O R D E C O S T O	R E S U L T A D O S		P R E C I O S		F A C T O R D E C O S T O	R E S U L T A D O S		P R E C I O S		F A C T O R D E C O S T O	R E S U L T A D O S	
	C O S T O	V E N T A		I M P O R T E	%	C O S T O	V E N T A		I M P O R T E	%	C O S T O	V E N T A		I M P O R T E	%
+ INVENTARIO INICIAL	32,398	41,000	79.019512			47,600	70,000	68.000000			30,750	50,000	61.500000		
+ Compras	17,134	21,000	81.590476			13,111	18,600	70.500000			7,690	12,000	64.083333		
+ Gastos de Compras	500	- - -				650	- - -				110	- - -			
- Devoluciones sobre Compras	1,224	1,500				1,551	2,200				1,922	3,000			
- Reb., Desctos. y Bonif.s/Compras	800	- - -				500	- - -				320	- - -			
+ COMPRAS NETAS	15,610	19,500	80.051282			11,712	16,400	71.414634			5,558	9,000	61.755555		
- TRANSFERENCIAS NETAS	6,381	8,000				1,213	1,800				512	800			
+ ADJUSTOS NETOS DE PRECIOS	- - -	600				- - -	350				- - -	550			
TOTAL DE MERCANCIA DISPONIBLE	41,627	53,100	78.391596			58,099	84,950	68.391995			35,796	58,750	60.929361		
+ Ventas	- - -	33,700				- - -	35,595				- - -	22,326			
- Devoluciones sobre Ventas	- - -	1,200				- - -	1,195				- - -	1,100			
+ VENTAS NETAS	- - -	32,500		32,500	100.00	- - -	34,400		34,400	100.00	- - -	21,226		21,226	100.00
+ DISMINUCIONES NETAS DE PRECIOS	- - -	1,000				- - -	2,800				- - -	1,400			
+ MERMA AUTORIZADA	- - -	650				- - -	688				- - -	425			
TOTAL DE DEDUCCIONES	- - -	34,150				- - -	37,888				- - -	23,051			
INVENTARIO FINAL	14,856	18,950	78.393596			32,187	47,062	68.391995			21,751	35,699	60.929361		
COSTO DE VENTAS	26,771			26,771	82.37	25,912			25,912	75.33	14,045			14,045	66.17
UTILIDAD BRUTA				5,729	17.63				8,488	24.67				7,181	33.83

C A P I T U L O   V

Información Financiera.

V. INFORMACION FINANCIERA.

1. INFORMACION PRINCIPAL.

Una de las principales finalidades perseguidas en la valuación de inventarios, consiste en aplicar anticipadamente el costo a los ingresos por ventas futuras.

En consecuencia y dado que en la práctica se está en posibilidad de valuar sobre diferentes bases y métodos por medio de los cuales se obtienen resultados diferentes, es necesario tener una idea exacta de qué criterio de valuación se va a aplicar, tomando en consideración, principalmente, las condiciones del mercado; porque una buena o mala valuación de inventarios repercute substancialmente en la información financiera que se proporcione, tanto en el Estado de Situación Financiera como en el Estado de Resultados.

Por lo tanto, la repercusión de la valuación de inventarios puede verse desde dos puntos de vista:

- a). Desde el punto de vista del Estado de Situación Financiera.
- b). Desde el punto de vista del Estado de Resultados.

Por lo que respecta al Estado de Situación Financiera, la valuación de inventarios afecta directamente al activo circulante en el renglón de inventarios y a las utilidades del ejercicio por las siguientes razones:

En el giro del autoservicio, en donde el control y valuación de inventarios se lleva a cabo por medio del Sistema de Detallistas, el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados reflejarán cifras razonables, por la razón fundamental de que el sistema permite cumplir en forma automática con el principio contable de que los inventarios quedan valuados al precio de costo o mercado el más bajo, al absorber el costo de ventas las diferencias por baja de valor y el inventario los aumentos de valor.

Por otra parte, en el ramo del autoservicio, el Estado de Costo de lo Vendido y Utilidad Bruta, reviste un aspecto importantísimo, por ser un documento analítico del Estado de Resultados, ya que la información contenida en ese documento permite a la administración tomar las decisiones conducentes para corregir deficiencias o incrementar aciertos, ya que conocer el costo de lo vendido de la manera más amplia posible constituye la atención medular de los dirigentes de estas empresas, por la razón de que les permite darse una idea objetiva del movimiento que han tenido las mercancías, en un periodo determinado. Por lo tanto el Estado de Costo de lo Vendido representa el resultado del funcionamiento del Sistema de Detallistas, ya que en éste se concentran todas las operaciones realizadas con mercancías en un periodo determinado.

En virtud de que a las ventas netas se deduce el costo de lo vendido para determinar la utilidad bruta, el costo de ventas será mayor o menor en razón a la valuación de lo que fué inventario antes de venderse, por ejemplo, si el inventario fué valuado en el ejercicio anterior sobre una base poco conservadora, a medida que se fué vendiendo, se irán cargando a la cuenta de costo de ventas importes superiores a los reales, con lo que la utilidad bajará.

Suponiendo el caso contrario de que el valor del inventario haya sido subestimado, el estado financiero en cuestión no reflejará razonablemente la situación financiera de la empresa a una fecha determinada y para el ejercicio siguiente, el costo de ventas reflejará cifras inferiores a las reales, por lo que habrá como efecto inmediato una utilidad superior a la real, incurriéndose en errores como el distribuir utilidades no realizadas, es decir, se repartiría a los accionistas parte del capital de trabajo; que desde el punto de vista financiero, causará a la empresa un problema tan importante como erróneo sea el cálculo de valuación. Además se pagarían impuestos mayores.

Desde el punto de vista del estado de Resultados serán prácticamente los mismos efectos apuntados, ya que la utilidad bruta será más razonable como así sea el método de valuación seleccionado.

## 2. INFORMACION DE DETALLE.

Como se vió anteriormente que una de las características del Sistema de Detallistas desde el punto de vista contable, consiste en registrar todas las operaciones involucradas con mercancías por secciones departamentales, de acuerdo a la clasificación que se tenga de los inventarios. Este control y registro analítico del inventario, permite obtener una serie de información a nivel de detalle muy variada, puesto que el funcionamiento del sistema lo permite.

Entre la información de detalle que se puede obtener, tenemos los siguientes informes:

- a). INVENTARIOS EXCESIVOS O INSUFICIENTES.- Este informe se puede presentar, mensual, trimestral, semestral o anual, conteniendo los datos siguientes para cada sección departamental.
- Inventario inicial a precio de venta
  - Compras del mes y acumuladas a precio de venta
  - Ventas del mes y acumuladas del ejercicio
  - Inventario final a precio de venta
  - El porcentaje que representa el excedente de compras en relación a las ventas, tanto mensual como acumulado.

Esta información es de suma importancia para el área de Compras, porque en base a ella, se podrá en un momento dado decidir por aumentar o disminuir el volumen de compras para determinadas secciones departamentales; tam-

bién se podrá conocer en qué secciones habrá que incrementar la publicidad y las promociones, con el objeto de evitar la sobreinversión o insuficiencias de las existencias, así como incrementar la rotación de mercancía en las secciones que lo ameriten.

- b). ROTACION DE INVENTARIOS.- Es la razón que indica la relación existente entre ventas e inventarios y representa el número de veces promedio que el inventario es vendido durante un periodo.

El procedimiento más usual para determinar la rotación de inventarios, consiste en tomar las cifras de inventarios promedios mensuales y obtener mes a mes el porcentaje de rotación de cada sección departamental. Para obtener el inventario promedio, se suma el inventario inicial del ejercicio más el inventario final de cada mes, dividiéndose el total obtenido entre el número de meses transcurridos, más uno.

Una vez obtenido el inventario promedio se puede determinar el ritmo de rotación, dividiéndose el total de ventas netas entre el inventario promedio.

El ritmo de rotación sirve para estimar el promedio mensual de inventarios que se debe mantener por sección departamental.

Considerando los datos de la tienda Norte del caso práctico ejemplificado en el capítulo anterior, tenemos las cifras siguientes, con el objeto de determinar la rotación de inventarios.

SECCION DEPARTAMENTAL	I N V E N T A R I O		VENTAS NETAS
	INICIAL	FINAL	
Abarrotes	39,600	24,800	40,000
Mercias.Generales	64,000	40,000	30,000
Ropa	43,000	31,316	19,200

El inventario para abarrotes, será:

$$\frac{39,600 + 24,800}{2} = 32,200$$

Para mercancías generales, será:

$$\frac{64,000 + 40,000}{2} = 52,000$$

Para ropa, será:

$$\frac{43,000 + 31,316}{2} = 37,158$$

Con las cifras del inventario promedio, el ritmo de rotación - para la sección de abarrotes se determina en la forma siguiente:

$$\frac{40,000}{32,200} = 1.24$$

El ritmo de rotación para mercancías generales será:

$$\frac{30,000}{52,000} = 0.57$$

Y para ropa, el ritmo de rotación será:

$$\frac{19,200}{37,158} = 0.51$$

Ahora bién, si por ejemplo se desea determinar el ritmo de rotación del mes de agosto, se deberá considerar el importe acumulado de las ventas a ese mes, dividiéndolas entre el importe del inventario promedio del mismo mes. Con esto se quiere decir que las Ventas se deben considerar acumuladas a la fecha en que se quiera determinar el ritmo de rotación.

c). **CONCENTRADO MENSUAL Y ACUMULADO DEL COSTO DE VENTAS POR TIENDA.**

Como se mencionó anteriormente, el giro del autoservicio, generalmente se compone por una cadena de tiendas, en donde los resultados brutos obtenidos por cada unidad de venta es importante reflejarlos en un documento que permita hacer un análisis referente a los mismos.— Este concentrado mostrará el resultado bruto obtenido por cada tienda y permitirá conocer qué unidades de venta están no operando con los resultados deseados, permitiendo tomar las decisiones conducentes a corregir errores de operación en las tiendas que no obtengan los resultados planeados, así como para incentivar a las tiendas con resultados positivos.

Este concentrado se puede presentar en la forma siguiente:

COMPANIA COMERCIAL X, S. A.

CONCENTRADO MENSUAL Y ACUMULADO DEL COSTO DE VENTAS POR TIENDA DEL

..... AL.....DE 1984

T I E N D A	M E N S U A L				A C U M U L A D O			
	VENTAS	COSTO	UTILIDAD		VENTAS	COSTO	UTILIDAD	
	NETAS	DE VENTAS	BRUTA	%	NETAS	DE VENTAS	BRUTA	%
<u>N O R T E</u>								
<u>N O R O E S T E</u>								
<u>S U R</u>								
<u>S U R E S T E</u>								
_____								
_____								
_____								

d). CONCENTRADO MENSUAL Y ACUMULADO DEL COSTO DE VENTAS TOTAL.

Este concentrado permitirá conocer el resultado bruto mensual y acumulado por sección departamental de las ventas - realizadas por todas las tiendas que componen la cadena. - Su utilidad radica principalmente en conocer en qué secciones departamentales se obtiene el margen de utilidad bruta establecido y en cuáles no, con el objeto de que el área - de Compras rectifique su política en la negociación con -- los proveedores que suministran los productos de las secciones departamentales que no están reflejando el resultado deseado.

La forma en que se puede presentar este concentrado es -- el siguiente:

COMPANIA COMERCIAL X, S. A.

CONCENTRADO MENSUAL Y ACUMULADO DEL COSTO DE VENTAS TOTAL

DEL ..... AL..... DE 1984

SECCION DEPARTAMENTAL	M E N S U A L			%	A C U M U L A D O		
	VENTAS NETAS	COSTO DE VENTAS	UTILIDAD BRUTA		VENTAS NETAS	COSTO DE VENTAS	UTILIDAD BRUTA
<u>ABARROTES COMESTIBLES</u>							
<u>ABARROTES NO COMESTIBLES</u>							
<u>BASICOS</u>							
<u>VINOS Y LICORES</u>							
<u>ARTICULOS DEL HOGAR</u>							
_____							
_____							
_____							
_____							

e). **CONCENTRADO DE COMPRAS MENSUALES Y ACUMULADAS POR SECCION DEPARTAMENTAL.**

Esta información nos permite conocer los márgenes de utilidad bruta con que se negocian los suministros de mercancía a la cadena de tiendas, permitiendo medir la eficiencia del área de Compras respecto a su función fundamental, que es la de negociar las adquisiciones en las mejores condiciones para la empresa.

Este informe se puede presentar en la forma siguiente:

COMPANIA COMERCIAL X, S. A.

CONCENTRADO DE COMPRAS MENSUALES Y ACUMULADAS POR SECCION

DEPARTAMENTAL DEL..... AL.....DE 1984.

SECCION DEPARTAMENTAL	M E N S U A L			A C U M U L A D O		
	PRECIO DE COSTO	PRECIO DE VENTA	% DE UTILIDAD BRUTA	PRECIO DE COSTO	PRECIO DE VENTA	% DE UTILIDAD BRUTA

ABARROTES COMESTIBLES

ABARROTES NO COMESTIBLES

BASICOS

VINOS Y LICORES

ARTICULOS DEL HOGAR

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

f). Dada las características del Sistema de Detallistas en — que el registro y control de las operaciones realizadas con mercancías se deben efectuar por sección departamental, — permite extraer una serie de información analítica, según — sean las necesidades de la dirección de la empresa, como es el caso de los siguientes informes que se pueden obtener, — además de los ya mencionados.

- Ventas Totales por Sección Departamental, mostrándose el — porcentaje que representan las ventas de cada sección en relación al total.
- Devoluciones sobre Ventas por Sección Departamental en cifras y porcentajes en relación a las Ventas Netas.
- Devoluciones sobre Compras por Sección Departamental en cifras y porcentajes en relación a las Compras Netas.
- Aumentos de precio por Sección Departamental en cifras y — porcentajes en relación al inventario final.
- Rebajas de Precios por Sección Departamental en cifras y — porcentajes en relación a las Ventas Netas.
- Compras por Proveedor mostrando el porcentaje que representan en relación a las Compras Totales.
- Descuentos, Rebajas y Bonificaciones sobre Compras por Sección Departamental, mostrando el porcentaje que representan en relación a las Compras Netas.

Es conveniente aclarar que los informes anteriores se consideran necesarios para lograr un adecuado control sobre las mercancías, pero no son los únicos para lograr este objetivo, sino que pueden surgir otros de acuerdo a las necesidades de expansión de la empresa.

## C A P I T U L O VI

### Conclusiones

## VI. C O N C L U S I O N E S

- 1 . Las tiendas de autoservicio constituyen centros de abastecimiento integral para la sociedad por la gran variedad de productos que venden. Por esta razón, se ven en la necesidad de efectuar compras masivas para desplazarlas en la misma forma, originando políticas de compra-venta que beneficiaran al consumidor, porque reducen márgenes de utilidad para que puedan rotar en forma acelerada las compras efectuadas.
- 2 . Una de las principales preocupaciones de los empresarios de este giro, radica en el control y valuación de sus inventarios, ya que éstos constituyen el rubro más importante del Activo Circulante; encontrando solución a este problema en el Sistema de Control de Inventarios de Detallistas.
- 3 . El término de Detallistas se refiere a un sistema de control de inventarios y al mismo tiempo a un método de valuación de inventarios, por lo que se puede decir que combinan sí mismo los dos aspectos, características que no se presentan en ningún otro caso.
- 4 . Los principios en que está basado el Sistema de Detallistas, son dos:

- a).- Es un sistema de promedios, porque el inventario final de un periodo es una muestra representativa de la mercancía disponible durante dicho periodo y por consecuencia, el promedio de margen de utilidad en ambos casos es el mismo.
- b).- Los inventarios quedan valuados al precio de costo o mercado el más bajo, al absorber el costo de ventas - las diferencias por bajas de valor y el inventario los aumentos de valor.
- 5 . Se puede afirmar que el Sistema de Detallistas se puede aplicar en la industria de transformación para control y valuación de artículos terminados; sin embargo, su medio de aplicación está en el comercio y principalmente en el ramo del autoservicio.
- 6 . El registro contable de las operaciones relacionadas con mercancías, aplicando el Sistema de Detallistas, se deben efectuar en forma analítica por sección departamental, de acuerdo a la clasificación que se tenga del inventario, lo que permite preparar una amplia información financiera y estadística con la frecuencia en que se desee, como son Estados Financieros, Presupuestos, Rotación de Inventarios, Estados-Comparativos entre secciones departamentales, etc.
- 7 . Mientras más amplia sea la clasificación del inventario en secciones departamentales de mercancías, atendiendo a su homogeneidad en utilidad, calidad y precio, los resultados-

de valuación serán mejores.

- 8 . Los inventarios se controlan a precio de costo y venta en forma simultánea, permitiendo registrar y actualizar los factores de costo y márgenes de utilidad bruta sobre ventas, elementos básicos en la aplicación del sistema.
- 9 . El inventario final y el Costo de Ventas se pueden determinar sin necesidad de practicar inventarios físicos.
- 10 . Los inventarios físicos se toman a precio de venta, lo que significa una ventaja, ya que no es necesario recurrir a los registros para valuarlos a precio de costo; sino que para convertirlos a este precio, basta con aplicar el factor de costo correspondiente.

B I B L I O G R A F I A .

## B I B L I O G R A F I A

### GESTION DE LA VENTA AL DETALLE

Karen R. Gillespie  
Joseph C. Hecht  
Editorial Hispano Europea  
Barcelona, España

### LOS SUPERMERCADOS

M.M. Zimmerman  
Ediciones Rialp, S.A.  
Madrid, España

### LAS BASES PARA LA CONTABILIZACION DE LOS INVENTARIOS

Horace G. Barden  
Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

### CONTABILIDAD DE COSTOS (PRIMER CURSO)

C.P. Ernesto Reyes Pérez  
Editorial Limusa - Wiley, S.A.  
México, D.F.

### CONTABILIDAD DE COSTOS III

C.P. Jaime A. Acosta Altamirano  
Escuela Superior de Comercio y Administración  
México, D.F.

**CONTABILIDAD PRIMER CURSO.**

C.P. Antonio Méndez V.

C.P. Javier Méndez V.

**EL CONTROL INTERNO APLICADO A LA FUNCION DE COMPRAS EN UNA  
CADENA DE TIENDAS DE AUTOSERVICIO.**

Abelardo López López

Tesis I.P.N. - 1980

**LAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y EL SISTEMA DE DETALLISTAS PARA  
CONTROL DE INVENTARIOS.**

Fernando Barraza Fregoso

Tesis, Instituto Tecnológico Autónomo de México - 1973

**LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA**

Edición 1984

Doz Editores

**SEMINARIO SOBRE EL CONTROL Y VALUACION DE INVENTARIOS MEDIANTE  
EL SISTEMA DE DETALLISTAS.**

C.P. Carlos A. López Guerrero