


---

ESCUELA NACIONAL DE COMERCIO Y ADMINISTRACION

U. N. A. M.

EL METODO DE VALORACION  
DE INVENTARIOS EN LOS  
GRANDES ALMACENES



TESIS

QUE PRESENTA PARA SU EXAMEN  
PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO  
Y AUDITOR

FRANCISCO JOSE CHEVEZ ROBELO

MEXICO, D. F.

1959



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Al Sr. Carlos A. Isoard, C. P. T.

Al Pic. Clemente Soto Alvarez

Al Sr. François Perilliat

A mis compañeros y amigos

A mis padres

A mi esposa

A mis hermanos

## I.—LOS GRANDES ALMACENES DE MEXICO

### *Origen del Gran Almacén Mexicano.*

En el año de 1852, el francés Aristides Boucicaut organizó por vez primera, en el Bon Marché de París, la cuna de una nueva forma de distribución: el Gran Almacén.

Las innovaciones que esta clase de negociación introdujo en los usos comerciales de la época, fueron las siguientes:

1.—Se eliminó el regateo, estableciéndose los precios fijos marcados en la mercancía sin uso de claves, de modo que la clientela supiera que recibiría un tratamiento uniforme.

2.—Se redujo el margen de utilidad, compensándolo con un mayor volumen de negocios y mayor rapidez en la reposición de inventarios.

3.—Se permitió que las personas entraran al almacén libremente y que examinaran las mercancías sin compromiso alguno de comprar.

4.—Se aceptaron las devoluciones.

El Gran Almacén agrupó en un mismo local, una serie de departamentos, cada uno de los cuales correspondía a una tienda especializada. Esta forma de explotación, que es sin duda alguna la principal característica del Gran Almacén, ejerció una atracción poderosa en el público, lo que contribuyó al feliz éxito y al desarrollo de este tipo de negociaciones.

Los Grandes Almacenes utilizaron el principio de división del trabajo que, conjuntamente con un mayor grado de organización, les permitió recibir los servicios de especialistas calificados, reducir los gastos y emplear personal no calificado para las posiciones de menor importancia.

En sus comienzos, se organizan por grupos de mercancías y no por función. Eran los propietarios quienes dirigían la negociación y tenían bajo sus órdenes a los Jefes de Departamento, quienes a su vez tenían a su cargo el personal de cada uno de ellos.

Los métodos de control se reducían al registro de las ventas por departamentos; a la determinación, una vez al año y previo inventario físico, de la utilidad bruta obtenida por cada departamento, y

al registro y estadística de los gastos generales de la negociación, agrupados de acuerdo con su naturaleza.

Desde su origen, el Gran Almacén representa un ejemplo típico de la aplicación de los principios de organización modernos y una manifestación palpable de las posibilidades de la organización. No obstante, en cuanto se refiere a procedimientos de control, la forma global debe considerarse rudimentaria.

### *Desarrollo del Gran Almacén en México.*

La primera casa de este tipo que existió en México fue el Cajón de Ropa de las Siete Puertas, fundado en 1821 por los hermanos Arnaud en sociedad con el señor Maillefert.

Los hermanos Arnaud regresaron a Francia, a la región de los Bajos Alpes de donde provenían después de haber alcanzado un feliz éxito. La noticia del buen resultado obtenido en México, entusiasmó a un grupo de bajo-alpinos, entre los que se encontraban los señores Caire, Derbez y Jauffred. Estos viajaron hasta nuestro país y prestaron sus servicios a la Casa Arnaud. Se separaron posteriormente y fundaron en el año de 1837 bajo los arcos del Portal de las Flores—lugar donde se encuentra ahora el edificio nuevo del Departamento Central— un almacén que llevó más tarde el nombre de La Bella Jardinera, al ser adquirido por los señores Luciano y Armando Franck.

Eduardo Gassier, estableció en 1842 la tercera casa propiedad de bajos-alpinos que llevó el nombre de "La Ciudad de Londres". Esta negociación pasó después a ser propiedad del señor J. Olivier quien también había adquirido recientemente el almacén denominado "La Sorpresa y Primavera Unidos". "La Ciudad de Londres" quedó permanentemente establecida en el lugar que ocupaba la casa a que nos hemos referido, en las calles de Palma y Plateros.

En el período comprendido de 1845 a 1875, llega el señor Jean Baptiste Ebrard quien habría de fundar en el año de 1856 "El Puerto de Liverpool". Los señores José, Julio y Enrique Tron, en sociedad con el señor José Leautaud, toman por su cuenta en el año de 1876 "Las Fábricas de Francia", que era propiedad de los señores V. Gassier y Reynaud, establecimiento ubicado en el Portal de las Flores, cuya razón social cambió en el año de 1885 a la de J. Tron y Cía. También llegaron en esa época los señores Andrés Sebastián y Marius Robert, fundadores de "La Valenciana", que más tarde tomaría el nombre de "El Centro Mercantil". En esta época también, los señores Leon Honorat y Leon Signoret fundaron el Almacén denominado "Al Puerto de Veracruz", a quienes sucedió el señor Mariano Allegre. Don Gratien Guichard fundó un establecimiento que se llamó "El Correo Francés". Otro almacén de importancia de ese mismo tiempo fue "Las Fábricas Universales", de los señores Casimiro y Andrés Reynaud, que estuvo situado en el Portal de las Flores. También deben men-

cionarse "La Francia Marítima", "Veyan, Jean y Cía." y "El Gran Oriental", éste establecido frente a lo que actualmente es "El Centro Mercantil" y que fue propiedad del señor Faudon.

Este grupo de establecimientos que operaban bajo el sistema de mostrador corrido, fue el precursor de lo que en nuestros días son los Grandes Almacenes. Su influencia fue importante, no sólo para el desarrollo del comercio en la Ciudad de México, sino también para el establecimiento de diversas industrias.

### *El Primer Gran Almacén.*

En el año de 1891, los señores Tron trasladan las "Fábricas de Francia" a un nuevo edificio ubicado en la esquina de Monterilla y Callejuela —ahora V. Carranza y 20 de Noviembre— y cambian su denominación a la de "El Palacio de Hierro". Se le designó con este nombre porque el nuevo edificio fue la primera estructura de hierro en México.

Ya instalada la nueva negociación, se introduce inmediatamente la división departamental y se señalan precios fijos a las mercancías, hecho que ocurre por primera vez en la práctica comercial de la época.

Un anuncio publicado en un periódico de ese año, decía lo siguiente: "Esta casa ha sido establecida bajo la base de hacer sus ventas a precios *invariablemente fijos*, para lo cual todas sus mercancías están marcadas en números conocidos. Este sistema, además de prestar comodidades a los compradores, los pone a salvo de todo abuso".

Esta nueva forma de organización provocó que la clientela dejara de hacer sus compras en el establecimiento, pues la gente estaba habituada al regateo. Muchas damas no acostumbraban entrar al almacén, sino que se les traían las mercancías a su coche para que las observaran, de modo que el suspender esta costumbre e invitar a la clientela a pasar a la negociación a escoger sus productos, como lo hacían los Grandes Almacenes europeos, trajo consigo cierto descontento. Sin embargo, a base de los nuevos métodos de publicidad, "El Palacio de Hierro" salió avante y la clientela se acostumbró al nuevo sistema, al comprobar las comodidades que le ofrecía.

En el año de 1898, se amplía el edificio y la empresa adopta la forma de sociedad anónima bajo la denominación de "El Palacio de Hierro", S. A., con un capital social de cuatro millones de pesos.

Posteriormente, en el año de 1909, establece el primer sótano en México, con su departamento de Muebles y Tapicería. Esta línea de ventas constituyó una verdadera novedad en esta clase de negociaciones.

El edificio de este Gran Almacén fue destruido por pavoroso incendio. En el año de 1922, después de un período de inactividad, esta empresa inició una nueva etapa de su desarrollo.

### *Otros Grandes Almacenes.*

Casi paralelamente al "Palacio de Hierro" se va desarrollando "El Puerto de Liverpool", que en años recientes moderniza su edificio colocándose entre los principales establecimientos de México y de América.

Otros almacenes que tuvieron su origen en aquella época son: "Al Puerto de Veracruz" y "El Centro Mercantil" que aún figuran entre los más importantes de la ciudad.

### *Influencia de los Grandes Almacenes en el desarrollo de algunas actividades industriales.*

Este grupo de empresas influyó notablemente en el desarrollo de la industria textil en México. Desde aquella época fundaron algunas plantas y adquirieron otras, contribuyendo notablemente al crecimiento de la industria textil mexicana.

Entre las fábricas más importantes pueden mencionarse "Las Fábricas de Río Blanco", la "Compañía Industrial Veracruzana", "La Magdalena", la "Fábrica de Casimires de Soria", así como las "Fábricas de San Lorenzo", "Cerritos", "Acabados de México" y la "Fábrica de Santa Rosa".

Las Fábricas de Río Blanco, se fundaron por el señor Braniff, y posteriormente las adquirió uno de los grupos que operaba los almacenes de ropa y novedades. Esto ocurrió aproximadamente en el año de 1892. Dicha fábrica fue reorganizada y modernizada, instalándose en ella cuatro mil telares y cien mil husos.

La Compañía Industrial Veracruzana, fue fundada en 1897 por el señor Alejandro Reynaud.

La Magdalena, se estableció en Tizapán, por el grupo de La Francia Marítima.

La Fábrica de Casimires de Soria, cerca de Celaya, Gto., fue instalada por el grupo de Al Puerto de Veracruz.

Las fábricas de San Lorenzo, Cerritos y Acabados de México, operadas por el Palacio de Hierro.

La fábrica de Santa Rosa, propiedad de los grupos de Al Puerto de Veracruz y de las Fábricas Universales.

La fábrica de muebles La Perfeccionada del Palacio de Hierro.

Por lo que se refiere a la fabricación de muebles, El Palacio de Hierro estableció la primera fábrica en México en el año de 1894.

### *Los Grandes Almacenes de nuestra época.*

Han subsistido las negociaciones de origen francés, modernizadas y ampliadas considerablemente, como un claro exponente de la capacidad económica de las clases aristocrática y media de nuestra población, con acceso también a las clases populares.

Hemos tenido también la influencia norteamericana en los modernos almacenes de Sears Roebuck y F. W. Woolworth, con tendencia más popular por eliminación de artículos de lujo sumamente costosos. Estos Grandes Almacenes han constituido un verdadero acicate que ha obligado a los anteriores a superarse en materia de organización y política de ventas, especialmente en lo que respecta a la exhibición de artículos útiles y de poco precio. El resultado inmediato puede apreciarse en la modernísima estructura de los nuevos almacenes de "El Palacio de Hierro", que además de conservar el lujo tradicional, adopta la exhibición y política de ventas de mercancías de bajo costo de los almacenes estilo norteamericano.

Dentro de las corrientes de competencia, entre las antiguas y nuevas explotaciones del ramo, es relevante el servicio que actualmente ofrecen al público, muy alentador resulta también que todos los almacenes procuren vender lo que el país produce. Indudablemente, tendrán influencia en el desarrollo industrial de México al seguir esa política de compras y al establecer también fábricas que vengan a integrar sus propias explotaciones.

#### *Organización del Gran Almacén.*

Como consecuencia del gran desarrollo que este tipo de establecimientos ha alcanzado, la dirección de cada uno de ellos se ha convertido en un arte complicado. Independientemente de otras ramas de la organización y administración de negocios, se requieren técnicas perfeccionadas del control de existencias, de estudio del mercado y de control estadístico. Los Grandes Almacenes fueron los primeros en utilizar la técnica de control por presupuestos.

La organización evolucionó grandemente, apareciendo en la contabilidad el método de detallistas; la clasificación estándar de los gastos generales por naturaleza y por función; la aplicación de los gastos a los distintos departamentos y la determinación de resultados por departamentos o secciones, de acuerdo con una lógica racional, y el control de las ventas, así como el estudio del mercado, de los hábitos de compra y de consumo de la clientela.

## II.—METODOS DE REGISTRO Y CONTROL DE INVENTARIOS

### *Diversos Métodos de Registro y de Control.*

En los negocios de venta de mercancías al público, el inventario, que normalmente representa el renglón más importante del Activo del negocio, es el centro de la actividad mercantil, ya que de su manejo habrán de derivarse las ganancias o las pérdidas. Por tal motivo, los comerciantes han tratado siempre de establecer control sobre las existencias de mercancías, que en la contabilidad han resultado en diversos métodos que obedecen a dos principios básicos:

El principio del inventario periódico y el principio del inventario permanente.

El principio del inventario periódico, que fue el primero en aparecer, requiere que las operaciones de compra y de venta de mercancías se vayan acumulando en una o varias cuentas. Para conocer los elementos que forman parte del Activo, así como los que corresponden a los resultados de operación, es preciso que al finalizar el período se practique un inventario físico. En este principio se basan el método global de mercancías y el método pormenorizado.

Al evolucionar la contabilidad, se idearon otros métodos para el registro de las mercancías, que obedecen al principio del inventario permanente o constante. Consiste, en términos generales, en asentar, a medida que van ocurriendo, todas las operaciones que modifican la inversión en mercancías. A este principio se sujetan los métodos de inventario perpetuo y de detallistas.

A continuación se exponen a grandes rasgos las características de cada uno de los procedimientos mencionados.

#### *Método Global de Mercancías.*

Las empresas comerciales llevaban antiguamente historia de todas las operaciones realizadas con mercancías, por el método global, que consiste en registrar su movimiento a través de una sola cuenta denominada de "Mercancías Generales".

En esta cuenta se anotan el costo, el inventario inicial y las compras, así como las devoluciones, rebajas y descuentos. Así también se anotan las ventas, las devoluciones y las rebajas sobre las mismas, a precio de venta.

El saldo de la cuenta no tiene verdadera significación, ya que se desconocen el valor del Activo que representan las mercancías y la utilidad o pérdida bruta en el curso del ejercicio. Es menester practicar inventarios físicos de mercancías al finalizar el período y ajustar la cuenta de tal manera que represente el valor de las mercancías en existencia, separando la utilidad o pérdida bruta que afecta los resultados de operación del ejercicio.

Este procedimiento se emplea en la actualidad en negocios de pequeña importancia en los que no precisa conocer con detalle el movimiento de mercancías, particularmente cuando son manejadas por el dueño.

### *Método Pormenorizado de Mercancías.*

El método anterior, con los ajustes finales, es suficiente para determinar en contabilidad el valor del inventario y la utilidad bruta que afecta a los resultados del ejercicio. Sin embargo, se carece de información que es muy necesaria sobre el volumen de compras y de ventas, devoluciones, rebajas y otros factores que se han mezclado al registrar las operaciones durante el ejercicio, además del desconocimiento de los porcentajes de utilidad bruta, si no se hace un análisis especial de todas las operaciones registradas en la cuenta de que se trata. Estos inconvenientes hicieron idear un nuevo método, que siguiendo el mismo principio y exigiendo también la práctica del inventario final para conocer los resultados, registrara en distintas cuentas, las diversas operaciones de compra, rebajas, devoluciones y bonificaciones sobre compra, ventas, rebajas, bonificaciones y devoluciones sobre ventas. Con todos estos datos, al finalizar el ejercicio, el comerciante puede determinar la importancia relativa de todas estas operaciones en la producción de los resultados, y en cualquier momento cuenta con información acerca del volumen de compras, ventas y de las demás operaciones que afectan el tráfico de mercancías.

Este método, que se denomina pormenorizado o analítico de mercancías fue empleado por las empresas comerciales durante muchos años, como el mejor medio para llevar cuenta de las operaciones de compra venta de mercancías. Hoy en día, hay empresas que lo siguen utilizando.

### *Método de Inventario Perpetuo.*

La necesidad de conocer los resultados de la operación de los negocios sin acudir a la práctica de un inventario físico, requiere un método que indique en cualquier momento, el valor de la inversión en mercancías.

Este fin lo satisface el método de inventario perpetuo o con-

tinuo que consiste en registrar en una cuenta de inversión en mercancías, sus aumentos y disminuciones, de modo que su saldo refleje constantemente el valor de las existencias. Según este procedimiento, al registrarse cada venta, se asienta también, en forma simultánea el costo de la mercancía vendida, separándose de esta manera los elementos que la integran, es decir, la disminución del activo por una parte y el aumento del patrimonio por la otra. Este método, que se usa frecuentemente en la contabilidad industrial, funciona mediante registros auxiliares para cada uno de los distintos artículos, en los que se detallan los movimientos y existencias en especie y en valor y el precio unitario.

Es natural que tratándose de empresas comerciales o industriales en que se tiene implantado el método de inventario perpetuo, se hagan recapitulaciones de las salidas de los almacenes para resumirlas ya sea diaria o periódicamente. No sería practicable, tratándose de un movimiento regular de salidas, en un comercio o en una fábrica hacer el asiento de cada operación. Se requieren notas de salida de almacén, que tratándose de negociaciones comerciales pueden substituirse por las mismas notas de venta o remisiones, en cuyas copias se deja el espacio, de uso exclusivo de la empresa, para anotar el costo unitario y el total de los artículos vendidos.

El método de inventario perpetuo se usa satisfactoriamente en el comercio y es, en teoría, el mejor método de registro de inventarios, porque permite conocer en el momento que se desee el costo de la inversión en mercancías. Sin embargo, tratándose de Grandes Almacenes, no resulta aplicable en vista de la cantidad de operaciones que se realizan y de la gran variedad de artículos que se manejan, lo que hace muy costoso, si no impracticable su funcionamiento.

#### *El Método de Detallistas.*

El desarrollo logrado por los Grandes Almacenes en los últimos años, hace que el volumen de operaciones de venta de mercancías se eleve en forma considerable, provocando que el sistema de registro pormenorizado resulte deficiente para proporcionar a la administración los datos indispensables que permitan dirigir las operaciones de este tipo de empresas en las que se manejan una gran variedad de artículos de la más diversa naturaleza a través de las secciones en que se encuentran divididas.

La necesidad de controlar un inventario tan extenso y tan complejo y la imposibilidad de adoptar el método de inventario perpetuo obligó a los Grandes Almacenes a buscar un método que les permitiera conocer en todo momento el valor de sus inventarios y saber en el momento en que se desee si se están obteniendo utilidades o sufriendo pérdidas, sin tener que recurrir necesariamente a la toma de un inventario físico.

Es así como aparece el "Método de Detallistas" que proporciona un inventario perpetuo global a precio de venta. Se introduce para tal efecto un concepto totalmente nuevo en la valuación de inventarios que consiste en la valuación global del inventario en lugar de la valuación de cada uno de los artículos que lo integran.

Este método ha alcanzado gran éxito en los Grandes Almacenes porque reduce en forma considerable los gastos que estos establecimientos tendrían que efectuar en la toma de sus inventarios. Además de simplificar la valuación del inventario, este procedimiento proporciona una serie de datos estadísticos que son de gran importancia para la buena marcha de la negociación. La adopción del "Método de Detallistas" se ha generalizado en los Grandes Almacenes de las principales ciudades del mundo.

### III.—EL METODO DE DETALLISTAS Y SU APLICACION

### *Generalidades.*

El Método de Detallistas es esencialmente un método de control. Puede funcionar como parte del sistema contable de la empresa o en forma independiente de la contabilidad de la misma.

Cuando el método forme parte del sistema contable de la negociación, las estadísticas del movimiento de mercancías se registran en diversos diarios de los cuales se concentran los datos en el Mayor.

Cuando funcione en forma independiente, los asientos relativos al movimiento de las mercancías se registran de acuerdo con el sistema contable que tenga establecido la empresa como si no se hubiese implantado el sistema de detallistas. Al finalizar un determinado período se concilian las cifras de la contabilidad con los datos que proporciona el método.

El inventario perpetuo global que se encuentra anotado en los registros estadísticos del método, a precio de venta, servirá para determinar al finalizar el ejercicio o en el momento en que se desee los resultados obtenidos en el manejo de las mercancías. Dicho inventario se encuentra expresado en valor, sin tomar en consideración el número de unidades que lo integran.

El valor del inventario perpetuo global que proporciona el método de detallistas puede determinarse de acuerdo con las siguientes bases de valoración:

- a) Costo promedio,
- b) Al precio más bajo entre el de costo (aproximado) y el de mercado.

Los procedimientos que se siguen de acuerdo con las bases señaladas en a) y en b) son bastante similares. Sin embargo, el procedimiento que proporciona un inventario valuado al costo promedio aproximado ha quedado en desuso, ya que la experiencia obtenida por los Grandes Almacenes ha revelado que el procedimiento más conservador y que refleja en forma más aproximada el valor de las mercancías que forman el inventario, es el que sigue el principio de determinar el valor del inventario al precio más bajo entre el de costo y el de mercado.

La diferencia entre ambos métodos es únicamente de procedi-

miento ya que en los dos casos se sigue el principio del sistema de detallistas que es un sistema a base de promedios.

En párrafos posteriores se explicarán las diferencias entre ambos métodos de valoración y por que se ha adoptado el procedimiento que da como resultado un inventario valorado al precio más bajo entre el de costo (aproximado) y el de mercado.

#### *División de los Grandes Almacenes en Secciones.*

Todos los Grandes Almacenes se encuentran divididos en secciones que agrupan mercancías de naturaleza similar con el objeto de poder determinar la utilidad por cada grupo, controlar las compras y las ventas de una manera más exacta y para promover las ventas con mayor efectividad. En el Gran Almacén la sección es un elemento importantísimo de control. Por tal motivo cada sección se encuentra dirigida por un jefe que le dedica absolutamente toda su atención.

Para controlar las mercancías que se manejan en cada una de las secciones, se emplea *el método de detallistas*.

#### *Funcionamiento del "Método de Detallistas".*

En este método las mercancías en existencia se valoran al precio de venta y el total, a precio de venta, de las mercancías en cada sección se reduce al costo aproximado, deduciendo el porcentaje que represente la diferencia entre el precio de venta y el precio de compra. Ese porcentaje se calcula por secciones o por clasificaciones de las mercancías dentro de las mismas secciones, debiéndose registrar en la forma más correcta posible, las cantidades aumentadas al precio de costo para cubrir los gastos de venta y demás gastos, así como para proporcionar un margen de utilidad bruta.

Para la determinación y valoración de los inventarios deberán tomarse como base los porcentajes aplicables a cada sección o grupo de mercancías, nunca un porcentaje promedio de las diversas secciones.\*

El "Método de Detallistas" es un método de promedios. Determina la relación promedio que guardan el costo y el precio de venta del inventario de modo que dicho inventario valorizado al precio de venta pueda ser convertido a un valor que será el más bajo entre el de costo (aproximado) y el de mercado. Se debe advertir que el precio de mercado aplicable a las mercancías que manejan los Grandes Almacenes no corresponde exactamente al concepto común de "precio de mercado". En este caso su significado se amplía pues, como veremos más adelante, es el propio comerciante quien decide cuál es el "precio de mercado" aplicable a las mercancías que forman sus existencias.

\* (Ver Retail Inventory Method por Mc Nair and Hersum, p. 69).

- Este método requiere que todas las operaciones se registren tomando como base el precio de venta. Desde el momento en que se formulan los pedidos a los proveedores, se determina, además del precio de costo, el precio de venta que habrá de corresponder a los artículos solicitados. --

Todo el movimiento que pudieran tener las mercancías hasta el momento en que llegan a la sección encargada de venderlas se controla y anota tomando en consideración tanto el precio de costo como el de venta. La salida del producto que pasa a poder del consumidor se contabiliza exclusivamente al precio de venta, omitiéndose registrar el costo. --

El control de las existencias se hace a precio de venta, facilitándose la función de la contabilidad puesto que se ejerce dominio sobre un número voluminoso de mercancías que comprenden los más variados artículos, empleándose únicamente el precio de venta.

En esta forma, el *Método de Detallistas* permite registrar las operaciones realizadas con las mercancías en forma sencilla y con el menor costo posible, proporcionando a la vez una información oportuna y verídica acerca de las mismas.

- Las ventas en un Gran Almacén se hacen a través de su variado número de secciones, cada una de las cuales, como ya se expresó, agrupa artículos de la misma naturaleza.

+ A los productos que se manejan en cada sección les corresponde un determinado por ciento de utilidad sobre precio de venta. - Así, en los diversos departamentos o secciones en que se encuentra subdividida la empresa se hallan distribuidas las mercancías, cada grupo con su correspondiente margen de utilidad.

+ A medida que los productos van llegando al establecimiento para ser vendidos en el departamento correspondiente, se registran por secciones a su precio de costo y al precio de venta que les corresponde de acuerdo con el por ciento de utilidad que para dicha sección se tiene establecido.

A las compras, a precio de venta, se agregan los aumentos de precio que van recibiendo los artículos de cada una de las secciones durante el período de operaciones.

De esta manera, la suma del inventario inicial a precio de costo o costo (aproximado) y las compras a precio de costo representa el total de la mercancía manejada a precio de costo durante un determinado período. La suma del inventario inicial y las compras a precio de venta más los aumentos que se hagan a los precios de venta, representa el total de la mercancía manejada a precio de venta durante un determinado período.

El objeto de registrar las mercancías en la forma anteriormente descrita, es el de obtener la relación promedio entre los precios de venta y de costo en un determinado período. Dicha relación promedio representa el por ciento promedio de utilidad más gastos que

corresponde a las mercancías. Al dividir la diferencia *del total acumulado a precio de venta menos el total acumulado a precio de costo* entre *dicho total acumulado a precio de venta* se obtiene un coeficiente que al ser aplicado al precio de venta de cualquier artículo manejado en la sección dará un producto que representa el margen de utilidad promedio sobre dicho artículo.

Al obtener la relación promedio entre el costo y el precio de venta de las mercancías, se puede determinar el costo aproximado del inventario de una determinada sección o de todas las secciones de una negociación en el momento que se desee sin tener que recurrir a la toma de un inventario físico y conocer en esa forma el costo de venta y la utilidad bruta realizada.

Para poder determinar el costo aproximado del inventario es necesario conocer primero el valor del inventario a precio de venta. El importe del inventario a precio de venta se determina disminuyendo del total acumulado a precio de venta las ventas brutas, expresadas únicamente en dicho precio, las "*rebajas*" a los precios de venta y el por ciento que se tenga estimado para las filtraciones o faltantes.

La diferencia que resulta de hacer las deducciones anteriores al *total acumulado a precio de venta*, representa el inventario final a precio de venta. Para convertir dicho inventario final expresado en función del precio de venta a su valor de costo aproximado se le multiplica por el por ciento de costo que representa la relación promedio entre el costo real y el precio de venta de las mercancías manejadas durante un período por la sección de que se trate. A este por ciento habremos de referirnos repetidas veces en este trabajo y para identificarlo se le designará simplemente como *por ciento de costo*.

De todo lo anteriormente expuesto llegamos a una conclusión: El método de detallistas no es sino un método que opera a base de promedios. Ahora bien, como el método consiste en promediar relaciones entre precios de costo y de venta, para que pueda cumplir con su finalidad es indispensable que los artículos cuya relación promedio entre el precio de costo y el precio de venta se pretende obtener, tengan porcentos de utilidad similares, de lo contrario, el resultado carecerá de utilidad práctica. La división seccional permite la agrupación de artículos con porcentos similares, haciendo que el método de detallistas funcione debidamente.

En el ejemplo que se presenta a continuación se aprecia el funcionamiento del método:

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de venta
Inventario Inicial	57.14	\$ 200,000.00	\$ 350,000.00
Compras	61.54	„ 400,000.00	„ 650,000.00
Total Acumulado		\$ 600,000.00	\$ 1,000,000.00
Ventas			„ 700,000.00
Inventario Final	60.00	„ <u>180,000.00</u>	\$ <u>300,000.00</u>

*Determinación del porcentaje de costo.*

Total acumulado — costo	\$ 600,000.00	= 60.00
Total acumulado — venta	„ 1,000,000.00	

*Valoración del inventario final.*

$$300,000.00 \times 0.60 = \$ 180,000.00$$

*Utilidad Bruta de la Sección*

Ventas		\$ 700,000.00
<i>Costo de Ventas</i>		
Inventario Inicial	\$ 200,000.00	
Compras	„ 400,000.00	
	\$ 600,000.00	
Menos:		
Inventario Final	„ <u>180,000.00</u>	\$ <u>420,000.00</u>
Utilidad Bruta		\$ <u>280,000.00</u>
Margen de Utilidad	\$ 120,000.00	40%
Costo	„ <u>180,000.00</u>	<u>60</u> „
Inventario final a precio de venta	\$ <u>300,000.00</u>	<u>100%</u>

*Los aumentos a los precios de venta como elemento de la determinación del porcentaje de costo.*

En la determinación del *total acumulado a precio de venta*, los aumentos a precios de venta forman uno de los sumandos para llegar a dicho total. Debe tenerse presente que el total acumulado a precio de costo entre el total acumulado a precio de venta arroja el porcentaje aplicable al inventario final para convertirlo al *costo aproximado*. El fundamento que justifica la inclusión de los aumentos dentro del total acumulado a precio de venta se basa en el siguiente razonamiento.

El método de detallistas reconoce como una de sus finalidades la de efectuar la valuación del inventario. De acuerdo con uno de los principios de contabilidad generalmente aceptados, las utilidades deben registrarse cuando se realicen y las pérdidas cuando se conozcan; para obtener esto, el inventario deberá estar valuado al precio de costo, si éste es inferior al de mercado, o bien al de mercado si éste último es inferior al de costo. El inventario final que determine el método de detallistas deberá obedecer a este principio de contabilidad para que pueda reflejar el valor de la inversión en mercancías dentro del Activo de la empresa.

Analicemos el resultado que se obtiene si se emplea un razonamiento contrario. Exclúyanse los aumentos a los precios de venta en la determinación del *total acumulado a precio de venta*. La aplicación del factor de costo resultante, al inventario final global a precio de venta, arrojará como producto un inventario cuyo valor es superior en forma notable al costo real. Es decir, que el inventario que se pretende valuar estará inflado o sobrevaluado.

El siguiente ejemplo numérico comparativo expresa los pasos que se siguen en los razonamientos expuestos:

Supongamos un inventario inicial integrado por 1,000 artículos con un costo de \$ 65.00 cada uno y un precio de venta de \$ 100.00 cada uno.

Supongamos también que se compraron 3,000 artículos con un costo unitario de \$ 65.00 y un precio de venta de \$ 100.00.

Consideremos que se aumentaron los precios de venta de las mercancías antes de que ningún producto se hubiera vendido y que el aumento asciende a \$ 10.00 por artículo o sea un total de aumentos de \$ 40,000.00.

Las mercancías vendidas durante el período fueron 2,000 al precio de venta aumentado de \$ 110.00 cada una.

---

(Nota:—Se hace referencia a las unidades únicamente para efectos del ejemplo que se presenta. El Método de Detallistas es un método de control sobre la base de valor, *no de unidades*).

*Primer caso: Considerando los aumentos dentro del total acumulado.*

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	65.00	\$ 65,000.00	\$ 100,000.00
Compras	65.00	„ 195,000.00	„ 300,000.00
		<u>\$ 260,000.00</u>	<u>\$ 400,000.00</u>
Aumentos			„ 40,000.00
Total Acumulado	59.0909	<u>\$ 260,000.00</u>	\$ 440,000.00
Ventas			„ 220,000.00
Inventario Final	59.0909	\$ 130,000.00	<u>\$ 220,000.00</u>

*Determinación del Valor del Inventario Final.*

Porcentaje de costo:			
Total acumulado — costo	\$ 260,000.00		
Total acumulado — venta	„ 440,000.00	= 59.0909	

*Costo aproximado del Inventario Final:*

Inventario final — precio de venta	\$ 220,000.00
Porcentaje de costo	x 59.0909
Inventario final — costo aproximado	<u>\$ 130,000.00</u>

*Segundo caso: Sin considerar los aumentos dentro del total acumulado.*

	Porcentaje de costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	65.00	\$ 65,000.00	\$ 100,000.00
Compras	65.00	„ 195,000.00	„ 300,000.00
Total Acumulado	65.00	<u>\$ 260,000.00</u>	\$ 400,000.00
Aumentos			„ 40,000.00
Suma:			\$ 440,000.00
Ventas			„ 220,000.00
Inventario Final	65.00	<u>\$ 143,000.00</u>	<u>\$ 220,000.00</u>

*Determinación del valor del inventario final.*

Porcentaje de costo:

Total acumulado — costo	\$ 260,000.00	= 65.00
Total acumulado — venta	„ 400,000.00	

*Costo aproximado del Inventario Final:*

Inventario final — precio de venta	\$ 220,000.00
Porcentaje de costo	x 65.00
	<u>\$ 143,000.00</u>

Valor del inventario final cuando se consideran los aumentos a precio de venta dentro del total acumulado .....	\$ 130,000.00
Valor del inventario final cuando se dejan de considerar los aumentos dentro del total acumulado a precio de venta .....	„ 143,000.00

Si comparamos los dos razonamientos anteriores con un tercer razonamiento cuya veracidad esté plenamente comprobada, podremos conocer cuál es el correcto.

Determinemos el valor del inventario final aplicando a las cifras de nuestro ejemplo el método de inventario perpetuo.

El movimiento de la cuenta de Almacén en tal caso es el siguiente:

Saldo inicial — 1,000 artículos a \$ 65.00 c/u .....	65,000.00
Más: — Compras durante el período 3,000 artículos a \$ 65.00 c/u .....	„ 195,000.00
Suma: .....	<u>\$ 260,000.00</u>
Menos: — Salidas de artículos durante el período 2,000 artículos a \$ 65.00 c/u .....	„ 130,000.00
Existencia al final del período .....	<u><u>\$ 130,000.00</u></u>

Por lo tanto, los aumentos deben considerarse dentro del total acumulado a precio de venta para que el factor de costo aplicado al inventario final a precio de venta produzca un inventario final valorizado a un costo aproximado al real.

Cuando los aumentos no se consideran dentro del total acumulado en el cómputo del porciento de costo, el inventario final que se obtiene es un inventario sobre valuado porque el precio de costo aumentó proporcionalmente al precio de venta, lo cual no es cierto, porque aun cuando el precio de venta se eleve, el costo de los artículos adquiridos no debe alterarse.

*Las rebajas a los precios de venta en la determinación del valor del inventario.*

Se entiende por rebaja el castigo que se hace al precio de venta de las mercancías con el propósito de reducirlo.

"Las rebajas pueden clasificarse en diversas categorías. Algunas se hacen adrede, para lograr un fin determinado, tales como las rebajas hechas con motivo de "Baratas", "Ventas Especiales", mercancías llamadas "ganchos" y hasta cierto punto las originadas por la competencia. Otras, como las "rebajas" por roturas, manchas, deterioro, saldos, etc., provienen de la naturaleza misma del negocio y son una consecuencia normal y directa de su explotación. Otra categoría comprende las reducciones obligadas por bajas en el "Mercado" y muchas rebajas se hacen por causa de las contingencias difícilmente previsibles que acechan siempre al comerciante: poca demanda, compras excesivas, temporadas anormales, etc."\*

— En el uso y la costumbre de los Grandes Almacenes mexicanos y norteamericanos se ha introducido un concepto totalmente nuevo y diferente de "Precio de Mercado". Esto es, que el "Precio de Mercado" es el precio en el que el detallista puede vender sus mercancías a la clientela, disminuído por el margen necesario para obtener una utilidad y cubrir gastos. Para ajustar las mercancías a su precio de mercado, el Gran Almacén tiene que efectuar castigos constantes a los precios de venta originalmente fijados. A esos castigos es a lo que se denomina *rebajas* a los precios de venta.

Si seguimos el mismo razonamiento expuesto para el caso de los aumentos a los precios de venta, es obvio que para determinar el factor de costo aplicable al inventario final se deben tomar también en consideración las *rebajas* efectuadas durante el período. Estaríamos, al seguir ese criterio, ante un sistema de valuación al costo promedio aproximado al costo histórico.

La experiencia obtenida por los Grandes Almacenes les llevó a estudiar concienzudamente el tratamiento que debía darse a las rebajas en la determinación del factor de costo. Estas negociaciones llegaron a la conclusión de que debido a la característica tan particular que reviste el comercio de mercancías no era aconsejable sujetar la valuación de sus inventarios única y exclusivamente al costo histórico. Era indispensable actuar en forma más conservadora, para lo cual se estudió y se aprobó la conveniencia de excluir las rebajas de la determinación del factor de costo para que de esta

---

\* (Ver The Retail Inventory Method Mc Nair and Hersum, p. 39).

manera al castigarse el precio de venta de la mercancía se estaría también castigando su precio de costo en forma proporcional.

Se está ante una situación completamente distinta y novedosa. ¿Debe disminuirse el costo de una mercancía cuando se castiga el precio de venta de la misma? ¿Cuál es el fundamento de esta forma de proceder?

Es necesario exponer las razones que apoyan este razonamiento contrario al expuesto al tratar de los aumentos, antes de poder seguir adelante en la exposición de todos los pasos que se requieren para aplicar correctamente el Método de Detallistas.

A todos los que comercian con mercancías del tipo de ropa y novedades les es de sobra conocido que estos artículos se caracterizan por la inestabilidad en sus precios. Mientras existan la moda y los modelos, la inestabilidad en los precios de estas mercancías tendrá que ser constante y así también habrán de ser constantes las "rebajas" o castigos.

Entre los argumentos esgrimidos por la Asociación Nacional de Detallistas de los Estados Unidos al tratar de obtener la aprobación del Departamento del Tesoro Norteamericano para adoptar el Método de Detallistas, excluyendo en la determinación del factor de costo los castigos a los precios de venta de los artículos, es conveniente citar el siguiente:

"Los artículos cuya venta es lenta, se rebajan, porque el cliente no los compra a los precios fijados al principio. Este hecho influye también en el mercado del mayorista, porque si el detallista no los puede vender, no los volverá a pedir, o por lo menos, no los pedirá a los precios de costo originales. Así pues, el mayorista a su vez no los podrá vender a menos de que él también los rebaje".

"Por muy recomendable que sea para los fabricantes o industriales manifestar sus inventarios al precio de costo histórico, en el campo del comercio de menudeo, resultaría en una valoración inflada de los inventarios, lo cual, sería imprudente. El valor justo de un inventario de detallistas no es de ninguna manera estático. Las personas familiarizadas con el proceso de la distribución saben lo inestables que son las existencias de mercancías tales como ropa de mujer, vestidos, accesorios de vestidos, sombreros, joyas, lencería, zapatos e innumerables novedades. La mayoría de las mercancías de los detallistas están sujetas a depreciación debido a:

- a) Cambios radicales en estilos y colores.
- b) Prolongados períodos de temperatura que no corresponden a la estación del año.
- c) Cambio en la demanda de determinadas mercancías.
- d) Deterioro de las mercancías en existencia."

"Dos ejemplos pueden citarse: En muchos almacenes, no se conservan los vestidos ni los sombreros de señora a su precio de venta inicial por más de tres semanas. Transcurrido ese tiempo, deberán

hacerse las rebajas drásticas que se sean necesarias para lograr la venta". \*

Las rebajas representan la pérdida de valor sufrida por las mercancías y no deben ser motivo de manipulaciones de precios. Aun cuando los márgenes de utilidad inicialmente fijados sean bajos, las rebajas seguirán siendo necesarias en algunos casos. Mientras la moda exista, las mercancías estarán sujetas a sufrir castigos en precios. La experiencia ha demostrado que artículos nuevos que representen el estilo de moda se venden con mucha mayor facilidad que otros de la misma naturaleza cuyos precios han sido rebajados considerablemente y nada puede resultar tan inútil como tratar de vender artículos que no son deseados por la clientela, este es el caso de las mercancías llamadas "mulas" por los comerciantes al detalle.

En virtud de los argumentos expuestos en párrafos anteriores se puede afirmar que si se consideran las "rebajas" dentro del *total acumulado a precio de venta* para computar el factor de costo, el inventario final seguirá reflejando un valor muy aproximado al costo original de los artículos. Como ya quedó expresado, este procedimiento no es aconsejable porque los castigos a los precios de venta implican pérdida de valor de los artículos por las diversas causas ya enumeradas. Además, al incluirse las rebajas en el cálculo del *porcentaje de costo* el quebranto originado por la pérdida de valor de las mercancías se difiere para ejercicios posteriores, lo que es contrario al principio contable de que cada ejercicio debe absorber la parte que le corresponde de las pérdidas o las ganancias.

En apoyo del tratamiento enunciado con respecto a las rebajas, debe tenerse presente que los castigos a los precios de las mercancías afectan tanto a los artículos que se vendieron durante el período como a los que se tienen en existencia al finalizar el mismo. Si se supone el caso hipotético de que todos los artículos rebajados durante un período no se hayan vendido sino que se encuentren formando parte del inventario final, el valor del inventario sería menos aproximado a la realidad que el que se obtendría de incluirse las *rebajas* en el cálculo del porcentaje de costo. En el caso hipotético contrario, si todos los artículos rebajados se hubieran vendido de manera que ninguno de ellos se encuentre formando parte del inventario final, el valor del inventario estará correctamente reflejado por el procedimiento que excluye las *rebajas*, en tanto que la valoración obtenida por el procedimiento que incluye las *rebajas*, estará inflada pues el costo que arroje será superior al real.

Los dos supuestos anteriores se aprecian con mayor claridad en el siguiente ejemplo numérico:

Los datos que se presentan son los mismos que se emplearon para explicar el tratamiento de los  *aumentos*. Únicamente cambia

\* (Ver Mc Nair and Hersum "The Retail Inventory Method and Lifo Pág. 74 y 75).

el dato relativo a los aumentos que en este problema serán rebajas por \$ 40,000.00.

A).—*Suponiendo que todos los artículos rebajados no se vendieron sino que se encuentran formando parte del inventario final.*

	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	\$ 65,000.00	\$ 100,000.00
Compras	„ 195,000.00	„ 300,000.00
	<u>\$ 260,000.00</u>	<u>\$ 400,000.00</u>
Rebajas		„ 40,000.00
		<u>\$ 360,000.00</u>
Ventas		„ 200,000.00
		<u>„ 200,000.00</u>
Inventario Final	(1) 104,000.00	
	(2) 115,555.00	\$ 160,000.00

*Determinación del valor de inventario final.*

(1) Siguiendo el procedimiento que excluye las rebajas en el *porcentaje de costo*.

Total acumulado — costo	\$ 260,000.00	
	<u>                    </u>	= 65.00%
Total acumulado — venta	„ 400,000.00	
$0.65 \times 160,000.00 =$	\$ 104,000.00	

(2) Siguiendo el procedimiento que incluye las rebajas en el cálculo del *porcentaje de costo*.

Total acumulado — costo	\$ 260,000.00	
	<u>                    </u>	= 72.222%
Total acumulado — venta	„ 360,000.00	
$0.72222 \times 160,000.00 =$	\$ 115,555.00	

Si se compara el resultado obtenido en (1) y en (2) con el que arrojaría el sistema de inventario perpetuo de poder ser aplicado, se tiene:

Inventario final — excluyendo rebajas	\$ 104,000.00
Inventario final — incluyendo rebajas	„ 115,555.00
Inventario final — costo real	„ 130,000.00

B).—Suponiendo que todos los artículos rebajados fueron vendidos y que ninguno se encuentra en el inventario final.

	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	\$ 65,000.00	\$ 100,000.00
Compras	„ 195,000.00	„ 300,000.00
	<u>\$ 260,000.00</u>	<u>\$ 400,000.00</u>
Rebajas		„ 40,000.00
		<u>\$ 360,000.00</u>
Ventas		„ 160,000.00
		<u>„ 160,000.00</u>
Inventario Final	(1) 130,000.00	
	(2) 144,444.00	\$ 200,000.00

*Determinación del valor de inventario final.*

(1) Siguiendo el procedimiento que excluye las rebajas en el cálculo del *por ciento de costo*.

Total acumulado — costo	\$ 260,000.00	
	<u>                    </u>	= 65.00%
Total acumulado — venta	„ 400,000.00	
$0.65 \times 200,000.00 =$	\$ 130,000.00	

(2) Siguiendo el procedimiento que incluye las rebajas en el cálculo del *por ciento de costo*.

Total acumulado — costo	\$ 260,000.00	
	<u>                    </u>	= 72.222%
Total acumulado — venta	„ 360,000.00	
$0.72222 \times 200,000.00 =$	\$ 144,444.00	
Inventario final — excluyendo rebajas		\$ 130,000.00
Inventario final — incluyendo rebajas		„ 144,444.00
Inventario final — costo real		„ 130,000.00

De los ejemplos anteriores se concluye que cuando el *por ciento de costo* determinado excluyendo las rebajas se aplica a un inventario que no ha sufrido disminuciones en los precios de los artículos que lo forman, el resultado que se obtiene es un inventario valuado al costo. Cuando el *por ciento de costo* se aplica a un inventario que ha sufrido rebajas parciales en los precios de venta de los artículos que lo integran, el valor que para el mismo se obtenga está expresado por una cifra menor que el costo pero aproximada al *precio de mercado*.

En párrafos anteriores se expresa que lo normal en las operaciones de los grandes Almacenes es que los castigos a los precios

de venta afecten tanto a las mercancías vendidas como a las que aún siguen formando parte del inventario. Considerando esta regla de proporcionalidad revelada por la experiencia, presentamos un ejemplo numérico comparativo para demostrar con cifras el resultado de la valuación por ambos procedimientos.

El inventario inicial está integrado por 1,000 artículos con un costo de \$ 65.00 y un precio de venta de \$ 100.00 cada uno.

Las compras durante el período son de 3,000 artículos con un costo unitario de \$ 65.00 y un precio de venta de \$ 100.00.

Se castigaron 1,000 artículos a razón de \$ 10.00 cada uno, quedando su precio de venta unitario en \$ 90.00.

Las ventas fueron de 2,000 artículos, 500 de los cuales habían sufrido "rebajas" en sus precios.

	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario inicial	\$ 65,000.00	\$ 100,000.00
Compras	„ 195,000.00	„ 300,000.00
	<u>\$ 260,000.00</u>	<u>\$ 400,000.00</u>
Rebajas		„ 10,000.00
		<u>\$ 390,000.00</u>
Ventas		„ 195,000.00
		<u>\$ 195,000.00</u>
Inventario Final	(1) 126,750.00 (2) 132,450.00	\$ 195,000.00

#### *Determinación del valor del inventario.*

(1) Excluyendo las rebajas en el cálculo del porcentaje de costo:

Total acumulado — costo	\$ 260,000.00	
	<u>                    </u>	= 65.00%
Total acumulado — venta	„ 400,000.00	
$0.65 \times 195,000.00 =$	\$ 126,750.00	

(2) Incluyendo las rebajas en el cálculo del porcentaje de costo:

Total acumulado — costo	\$ 265,000.00	
	<u>                    </u>	= 67.9487%
Total acumulado — venta	„ 390,000.00	
$0.679487 \times 195,000.00 =$	\$ 132,450.00	

Compárense los resultados anteriores con el costo real que arroja el método de inventario perpetuo al ser aplicado al ejemplo anterior:

Saldo inicial, 1,000 artículos a \$ 65.00	\$ 65,000.00
Más: — Compras del período	
3,000 artículos a \$ 65.00 cada uno	„ 195,000.00
	<u>\$ 260,000.00</u>
Menos: — Ventas del período	
2,000 artículos a \$ 65.00 cada uno	„ 130,000.00
	<u>\$ 130,000.00</u>
Existencia final	<u>\$ 130,000.00</u>

Con el ejemplo anterior ha quedado demostrado que el procedimiento que aconseja una buena política contable es el que excluye las rebajas para determinar el por ciento de costo. En relación con la determinación del por ciento de costo los autores Mc Nair and Hersum expresan la siguiente opinión:

“El por ciento de costo debe representar la relación entre el precio de costo y el precio de venta antes de deducir las rebajas”.\*

“Siguiendo la regla del sistema se obtiene una fórmula que producirá una valuación al costo aproximado o al precio de mercado, el que sea más bajo, esto es, una valuación que no anticipará las utilidades potenciales pero que sí anticipa las pérdidas potenciales”.\*

“El principio en que está basado el Sistema de Detallistas, expresado en términos generales, consiste en que la valoración del inventario a precio de costo es, en términos generales comparable al precio más bajo entre el de costo y el de mercado, lo cual significa que con el método las pérdidas por depreciación en el valor de las mercancías deben ser registradas en el período contable en que ocurrió la depreciación, prescindiendo del hecho de que las mercancías hayan sido vendidas o no. Por otra parte, las ganancias provenientes de conjeturas no deben ser registradas sino hasta que las mercancías hayan sido vendidas”.

“Si se sigue el procedimiento indicado en relación con los aumentos y las rebajas y sus respectivas cancelaciones, se puede afirmar que se está obedeciendo el principio sobre el que descansa el

\* (Mc Nair and Hersum, The Retail Inventory Method, Pág. 45).

\* (Mc Nair and Hersum, The Retail Inventory Method, Pág. 46).

Sistema de Detallistas, obteniéndose una valoración al precio más bajo entre el precio de costo o de mercado".\*

*Forma en que debe aplicarse el Método de Detallistas para obtener una valoración correcta del inventario.*

El objeto del Método de Detallistas es presentar una valoración del inventario que se aproxime al costo real del artículo o que refleje el "precio de mercado" de acuerdo con el significado que tiene dicho concepto en el comercio de ropa y novedades.

La aplicación del procedimiento siguiendo debidamente todos los pasos ya enunciados no es suficiente para alcanzar la finalidad que se persigue. Debe tenerse muy presente que este método en su proceso aritmético expresa la relación promedio que guardan las cifras que representan el costo y las que representan el precio de venta. Por lo tanto, para que el porcentaje promedio que se habrá de obtener no se desvíe del porcentaje de costo real, es indispensable que los porcentajes que se promedien no difieran mucho entre sí.

Supongamos, por ejemplo, que se manejan tres artículos con porcentajes de costo diferentes:

	Porcentaje de Costo sobre venta	Costo Real	Venta
Artículo A	50%	\$ 10.00	\$ 20.00
Artículo B	20 „	„ 4.00	„ 20.00
Artículo C	80 „	„ 16.00	„ 20.00
		\$ 30.00	\$ 60.00
Porcentaje de Costo	\$ 30.00		
	= 50%		
	„ 60.00		

(Se obtendría un factor de costo igual al anterior suponiendo que los artículos manejados durante un período incluyeran iguales proporciones de A, B y C).

*Costo determinado según el Método de Detallistas.*

Artículo A	50% x \$ 20.00 = \$ 10.00
Artículo B	50% x „ 20.00 = „ 10.00
Artículo C	50% x „ 20.00 = „ 10.00

\* (The Retail Inventory Method in Practical Operation — Revised Edition Pág. 18).



*Determinación del Costo según el Método de Detallistas.*

Artículo A	60.666% x \$ 50.00 = \$ 30.33
Artículo B	60.666 " x " 50.00 = " 30.33
Artículo C	60.666 " x " 50.00 = " 30.33

	Costo Real	Costo Determinado
Artículo A	\$ 29.00	\$ 30.00
Artículo B	" 30.00	" 30.00
Artículo C	" 32.00	" 30.00

Del ejemplo anterior se concluye que manejando artículos con porcentos de costo o márgenes de utilidad similares:

*El costo que se determina es muy aproximado al real. Si no hay rebajas.*

Si el inventario está formado por un número mayor de artículos con costo mayor, el costo determinado será *ligeramente* menor que el costo real.

Si el inventario está integrado por un número mayor de artículos con costo menor, el costo determinado será *ligeramente* mayor que el costo real.

Las desviaciones del costo real son muy insignificantes porque en la práctica el inventario se encuentra generalmente representado tanto por artículos con por ciento de costo superior como por artículos con por ciento de costo inferior.

El ejemplo que sigue es similar al anterior. En este caso se agrupan también artículos con porcentos de utilidad muy similares con diferentes precios de venta.

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Costo
Artículo A	62%	\$ 93.00	\$ 150.00
Artículo B	60 "	" 72.00	" 120.00
Artículo C	58 "	" 58.00	" 100.00
		<u>\$ 223.00</u>	<u>\$ 370.00</u>
		\$ 223	
Porcentaje de costo	$\frac{223}{370} = 60\%$		

*Determinación del Costo según el Método de Detallistas.*

Artículo A	60% x \$ 150.00 = \$ 90.00
Artículo B	60 " x " 120.00 = " 72.00
Artículo C	60 " x " 100.00 = " 60.00

	Costo Real	Costo Determinado
Artículo A	\$ 93.00	\$ 90.00
Artículo B	„ 72.00	„ 72.00
Artículo C	„ 58.00	„ 60.00

El resultado es el mismo que se obtiene cuando se manejan artículos con márgenes de utilidad similares.

Si el inventario final está formado por un mayor número de artículos con un porcentaje de costo mayor, el inventario estará *ligeramente* valuado a un costo menor que el real.

Si el inventario está integrado por un número mayor de artículos con un porcentaje de costo menor, el valor determinado será *ligeramente* superior al real.

En las consideraciones anteriores no se han tomado las “rebajas”, sino que simplemente se han presentado comparaciones con el costo real. Como las “rebajas” se disminuyen junto con las ventas del total acumulado a precio de venta, al aplicarse el porcentaje de costo al inventario final a precio de venta, se tendrá un inventario valuado a un costo muy aproximado al real o al precio de mercado del artículo, que será igual al costo aproximado del producto menos la disminución proporcional al importe del “castigo” al precio de venta.

Suponiendo que el artículo “A” del ejemplo anterior sufrió un “castigo” de \$ 20.00 y que se encuentra formando parte del inventario.

Artículo A	Precio de Venta	\$ 150.00
	“Rebaja”	„ 20.00
		<u>\$ 130.00</u>

El valor que para dicho artículo se determine, aplicándole el porcentaje de costo, sería el siguiente:

$$60\% \times \$ 130.00 = \$ 78.00$$

El costo aproximado del mismo artículo de no haber sido castigado su precio de venta sería de:

$$60\% \times \$ 150.00 = \$ 90.00$$

El castigo al costo del artículo es el siguiente:

Costo aproximado	\$ 90.00
Precio de mercado	„ 78.00
	<u>\$ 12.00</u>

La disminución en el precio de costo aproximado del artículo es proporcional a la “rebaja” al precio de venta.

Es decir que,	\$ 150.00	\$ 90.00
	<u>130.00</u>	„ 78.00

Por lo tanto, siempre que se encuentren artículos "rebajados" dentro del inventario final, el valor de éste será menor que el de su costo de adquisición porque precisamente los artículos que han sufrido "castigos" en sus precios de venta, estarán expresados a su "precio de mercado".

✓ En resumen, para que el inventario esté correctamente valorado aplicando el "Método de Detallistas" es condición necesaria que las mercancías que se manejen tengan porcentos de utilidad similares. *La aplicación del Método de Detallistas en la división por secciones de los Grandes Almacenes.*

El "Método de Detallistas" encaja perfectamente en la división seccional de los Grandes Almacenes. Esta división permite agrupar todas aquellas mercancías de naturaleza y márgenes de utilidad similares de manera que la aplicación del "Método" resulta sencilla y práctica. Entre mayor sea la clasificación de las mercancías en grupos con porcentos similares, más exactos serán los resultados que se obtengan al efectuar la valoración de los inventarios.

En México, los Grandes Almacenes de Ventas al menudeo trabajan a base de clasificaciones seccionales muy completas y el aumento en el volumen de sus operaciones les permitirá clasificar aún más los grupos de mercancías con lo cual la aplicación del Método de Detallistas proporcionará valuaciones muy exactas.

Aun cuando ya se demostró que es necesario promediar porcentos similares para que el Método de Detallistas produzca resultados satisfactorios, el ejemplo que sigue se presenta para dar una idea más clara de la eficacia del "Método" a través de una división seccional adecuada.

En la Sección "A" que maneja artículos con porciento de costo sobre venta elevado, se tiene un inventario inicial de 1,000 artículos a razón de \$ 100.00 cada uno y un precio de venta de \$ 120.00.

Las compras del período ascendieron a 3,000 artículos con un costo unitario de \$ 100.00 y un precio de venta de \$ 120.00.

Las "rebajas" del período fueron de \$ 10.00 sobre el precio de venta de cada artículo de un lote de 1,000.

Las ventas fueron las siguientes: 1,800 artículos a \$ 120.00 y 600 artículos a \$ 110.00.

	Porciento de costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	83.33 %	\$ 100,000.00	\$ 120,000.00
Compras	84.00 "	„ 302,400.00	„ 360,000.00
		<u>\$ 402,400.00</u>	<u>\$ 480,000.00</u>
Rebajas			„ 10,000.00
Ventas			„ 282,000.00
Inventario Final	83.833%	<u>\$ 157,600.00</u>	<u>\$ 188,000.00</u>

Porciento de Costo  $\frac{\$ 402,400.00}{\$ 480,000.00} = .83833$

Inventario final a precio de venta integrado por:  
 1,200 arts. a \$ 120.00 c/u. \$ 144,000.00  
 400 arts. a \$ 110.00 c/u. \$ 44,000.00  
\$ 188,000.00

Inventario final valuado al precio de costo o precio de mercado, el que sea más bajo.

1,200 arts. al precio de costo aproximado de \$ 100.60 c/u. \$ 120,720.00  
 400 arts. al precio de mercado de \$ 92.22 c/u. „ 36,888.00  
\$ 157,608.00

En la Sección "B" que maneja artículos con porciento de costo bajo sobre venta, se tiene un inventario inicial de 1,000 artículos a razón de \$ 300.00 cada uno, precio de venta, y un precio de costo de \$ 150.00 cada uno.

Durante el período se adquirieron 2,000 artículos con un costo unitario de \$ 144.00 y un precio de venta de \$ 300.00.

Se "castigó" el precio de 300 artículos a razón de \$ 20.00 cada uno.

Se vendieron 1,400 artículos de \$ 300.00 y 100 de \$ 280.00.

	Porciento de costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	50.00 %	\$ 150,000.00	\$ 300,000.00
Compras	48.00 „	„ 288,000.00	„ 600,000.00
		<u>\$ 438,000.00</u>	<u>\$ 900,000.00</u>
"Rebajas"			„ 6,000.00
"Ventas"			„ 448,000.00
	48.666 „	<u>\$ 217,053.00</u>	<u>\$ 446,000.00</u>
		\$ 438,000.00	
Porciento de costo		<u>\$ 900,000.00</u>	= .48666

$.48666 \times 946,000.00 = \$ 217,053.00$

Inventario final a precio de venta integrado por:

1,300 arts. a \$ 300.00 c/u.	\$ 390,000.00
200 arts. a \$ 280.00 c/u.	„ 56,000.00
	<u>\$ 446,000.00</u>

Inventario final valuado al precio de costo o precio de mercado, el que sea más bajo.

1,300 arts. al precio de costo aproximado de \$ 146.00 c/u.	\$ 189,800.00
200 arts. al precio de mercado de \$ 136.27 c/u.	„ 27,254.00
	<u>\$ 217,054.00</u>

Si las Secciones "A" y "B" se manejaran como si fueran una sola, la valuación que se obtiene no presenta cifras dignas de confianza precisamente porque los porcentos que se promedian son diferentes. En el siguiente ejemplo se presentan las cifras combinadas de A y B como si se tratara de una sola sección.

	Por ciento de costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial		\$ 250,000.00	\$ 420,000.00
Compras		„ 590,400.00	„ 960,000.00
		<u>\$ 840,400.00</u>	\$ 1,380,000.00
"Rebajas"			„ 16,000.00
Ventas			„ 730,000.00
	60.898%	<u>\$ 386,093.00</u>	<u>\$ 634,000.00</u>
		\$ 840,400.00	
Por ciento de costo		<u>\$ 1,380,000.00</u>	= .60898
Determinación del valor del inventario final.			
60.898% x \$ 634,000.00 = \$ 386,093.00			
Valor del inventario final — Sección A			\$ 157,600.00
Valor del inventario final — Sección B			„ 217,053.00
			<u>\$ 374,653.00</u>
Valor del inventario final — "A" y "B" consideradas como una sola sección			<u>\$ 386,093.00</u>

El inventario que se obtiene considerando a las secciones "A" y "B" como si fuesen una sola es mayor que el que se determinó al separar en dos secciones los artículos de bajo por ciento de costo y los de por ciento de costo elevado.

En la determinación del por ciento de costo intervienen, en este caso, 4,000 artículos con por ciento de costo elevado y 3,000 con por ciento de costo bajo, es decir, que existe una relación de 4/3.

En el inventario final se encuentran 1,600 artículos con por ciento de costo elevado y 1,500 con por ciento de costo bajo, es decir, que la relación es casi de 1 por lo que al aplicarse el factor de costo el valor que resulte será superior a las cifras reales. Si los artículos fueran 1,600 y 1,200 se hubiera conservado la relación de 4/3 y el inventario hubiera resultado correctamente valuado, sin embargo en la realidad no es posible respetar esa proporcionalidad, por lo que las valoraciones resultarían incorrectas. Esta situación se resuelve promediando artículos con porcentos de costos similares porque de esta manera las desviaciones son muy insignificantes y las cifras se aproximan mucho a los datos reales.

La división seccional permite que el "Método de Detallistas" se aplique con gran éxito y el problema de valorizar los inventarios tan extensos de los Grandes Almacenes queda resuelto.

**IV.—REGISTRO DE LAS CIFRAS QUE SE MANEJAN  
EN EL METODO DE DETALLISTAS**

### *Registro de las operaciones relacionadas con el manejo de las mercancías.*

La fórmula aritmética en la que se basa el "Método de Detallistas" encuentra aplicación en la división seccional del Gran Almacén. El inventario de toda la negociación se clasifica en un sinnúmero de secciones en cada una de las cuales se agrupan mercancías con márgenes de utilidad semejantes. Las cifras que corresponden al movimiento de los artículos se registran de acuerdo con lo expuesto en páginas anteriores, por secciones. Es muy importante hacer notar que este es un método de control global en el que se van acumulando cifras para obtener precisamente un inventario constante global, por lo tanto las operaciones individuales pierden su identidad y pasan a formar parte de un cúmulo de operaciones. El Método de Detallistas, a través de las acumulaciones de cada uno de los renglones que representan el movimiento de las mercancías habrá de proporcionar en el momento que se desee la valoración del inventario global de la sección al precio que resulte más bajo entre el de costo y el de mercado. Es necesario vigilar que se cumplan con todos los requisitos de registro de las diversas operaciones para que los totales acumulados representen cifras reales. Las omisiones y los errores desvirtúan los resultados que se obtienen.

Las operaciones que realizan cada una de las secciones que integran el Gran Almacén pueden asentarse siguiendo el sistema particular que para el registro de sus operaciones ha adoptado el establecimiento. El Método de Detallistas es un procedimiento de control que puede formar parte del sistema contable de la empresa o funcionar en forma independiente del mismo.

#### *Registro de Compras.*

Las compras se pueden registrar de acuerdo con el sistema que tenga implantado el establecimiento. Para efectos de su registro en los libros principales deberán totalizarse las compras diarias para correr el asiento respectivo.

Inventarios de Mercancías.

Cuentas por Pagar

Proveedores

A.

B.

C.

**Asiento para registrar las compras  
efectuadas durante el día**

Independientemente del sistema que se haya establecido, para efectos del "Método de Detallistas" las compras deberán clasificarse por secciones y su importe deberá asentarse en el Registro de Compras tanto a precio de costo como a precio de venta. En este registro se destinará una hoja para cada sección de manera que al finalizar el mes pueda obtenerse el total acumulado de las compras realizadas por cada sección durante el mismo.

El modelo que se presenta a continuación contiene las columnas indispensables para registrar el importe de las compras por secciones:

Número de la Sección .....  
Hoja Número .....

Mes de ..... de 19....

Fecha	Número de Empadronamiento	Proveedor	Costo	Fletes	Descuentos	Precio de Venta	% de Utilidad

El total que arrojen las columnas del Registro de Compras se concentrará al finalizar el mes en un registro especial que se lleva para recopilar las cifras que se manejan de acuerdo con el "Método de Detallistas". A este registro especial se le denominará como "Mayor Auxiliar de Inventarios" y se hará referencia a él en páginas posteriores.

*Registro de los Cambios de Precios.*

Los cambios en los precios de venta se registran diariamente por secciones. Al finalizar el mes el total acumulado de "aumentos" y de "rebajas" se registra en el "Mayor Auxiliar de Inventarios".

Como tanto los "aumentos" y "cancelaciones de aumentos" así como las "rebajas" y las "cancelaciones de rebajas" se registran "extra-libros" debe tenerse especial cuidado en controlarlos.

Con tal propósito deberán emplearse formas especiales numeradas consecutivamente que contendrán casilleros para anotar la clase de cambio de que se trata y con espacio para señalar las razones que motivaron el "aumento" o "cancelación de aumento" o la "rebaja" o su respectiva "cancelación". Deberá llenarse una forma para cada clase de cambio y ésta deberá estar aprobada por el Jefe de la Sección, por el Jefe de Piso o de Departamento y por la persona del departamento encargado de "marcar precios" cuando haya anotado el nuevo precio.

Las formas correspondientes a los "aumentos" o sus cancelaciones se asentarán diariamente en un registro especial. El total acumulado de aumentos netos al finalizar el mes se registrará en la columna correspondiente de la hoja que para la sección se lleve en el "Mayor Auxiliar de Inventarios".

En manera similar, las formas correspondientes a las "rebajas" y sus cancelaciones, deberán asentarse diariamente en el registro que para las rebajas se lleve por cada sección. El total acumulado de las "rebajas" netas al fin del mes se registrará en la columna correspondiente del Mayor Auxiliar de Inventarios".

A continuación se presenta un ejemplo de una "Nota de Cambio de Precio".

NOTA DE CAMBIO DE PRECIO

Núm. 00859

Márquese con una "X" la clase de Cambio de Precio.

Aumento de Precio de Venta		Rebaja de Precio de Venta	
----------------------------	--	---------------------------	--

Cancelación de Aumento		Cancelación de Rebaja	
------------------------	--	-----------------------	--

Fecha .....

Sección número .....

ARTICULOS	Modificación		Diferencia	Unidades	Importe Total Diferencia
	Precio actual	Nuevo Precio			
<b>TOTAL :</b>					

Autorizó:

\_\_\_\_\_  
Marcador

\_\_\_\_\_  
Jefe de la Sección

\_\_\_\_\_  
Jefe de Piso o Depto



De la clasificación anterior se obtiene el asiento que deberá correrse en los libros principales:

Caja  
Cuentas por Cobrar  
Clientes  
Ventas  
Ventas Contado  
Ventas Crédito  
Asiento para registrar las ventas  
efectuadas durante el día.

Una vez obtenido el total de ventas, se analizan por secciones haciéndose la anotación correspondiente en un registro que puede llevarse en hojas sueltas en el que se acumularán las ventas diarias por secciones, cuyo total mensual se concentrará al finalizar el mes en el "Mayor Auxiliar de Inventarios". En forma semejante, las devoluciones sobre ventas se clasificarán por secciones y su total acumulado al fin del mes se concentrará también en el "Mayor Auxiliar de Inventarios".

#### *Mayor Auxiliar de Inventarios.*

El libro que se ha designado como "Mayor Auxiliar de Inventarios" se utiliza para concentrar los totales acumulados en los registros anteriores. Este registro está integrado por una serie de hojas en las que se concentran las cifras relativas al movimiento de mercancías por secciones de manera que en él queden asentados cada uno de los renglones de la fórmula del "Método de Detallistas" que permitirá la determinación del inventario final a precio de venta y mediante la aplicación del por ciento de costo respectivo, el inventario valorizado a su precio de costo o de mercado, el que sea más bajo.

Este registro, además de facilitar la valoración del inventario final permite vigilar otros aspectos muy importantes en el manejo de las mercancías. Por ejemplo, en un momento dado se puede conocer el importe de los faltantes de una o varias secciones por medio de la comparación de las cifras del inventario a precio de venta que se obtiene del mencionado registro y el que resulta de efectuar recuentos físicos de las mercancías. Además, los datos estadísticos que proporciona ofrecen una ayuda muy importante para una debida planeación de las ventas, de las compras y en la determinación de las existencias que deben manejarse en las diversas secciones que integran el Gran Almacén.

A continuación se presenta un modelo de hoja del Mayor Auxiliar de Inventarios:

Al finalizar cada mes deberá correrse un asiento en los libros principales con el propósito de registrar las salidas de mercancías. La fuente de datos para dicho asiento será el "Mayor Auxiliar de Inventarios".

**Costo de Ventas**

Inventario de Mercancías.

Asiento para registrar el costo de las ventas efectuadas durante el mes.

*El Informe Estadístico por Secciones.*

De los registros anteriormente enumerados se formula generalmente un "Informe Estadístico por Secciones". En dicho informe, que se formulará por triplicado o cuadruplicado, según el caso, se anotarán las cifras que representan cada uno de los renglones que componen la fórmula del "Método de Detallistas" con el objeto de presentar la información relativa al manejo de las mercancías a aquellas personas que están autorizadas para ello.

En seguida se presenta un modelo de "Informe Estadístico".

## V.—EL TRATAMIENTO DE LOS CAMBIOS DE PRECIOS

El "Método de Detallistas" al apartarse de la fórmula aritmética que da como resultado siempre un inventario aproximado al costo real y seguir el procedimiento de excluir las rebajas en la determinación del por ciento de costo para obtener un inventario final valorizado al más bajo entre el precio de costo y el precio de mercado, requiere un tratamiento especial para los "aumentos" y para las "rebajas". El problema que se presenta al aplicar el "Método" es el de delimitar perfectamente el renglón de los "aumentos" del renglón de las "rebajas". Si no se presta la debida atención al manejo de estos dos renglones se viola la consistencia del procedimiento y el resultado es una valuación incorrecta del inventario.

*Aumentos a los precios de venta. Cancelaciones.*

El cambio de precio es característico del comercio de ropa y novedades. Los precios que originalmente se fijan a los artículos están sujetos a revisiones constantes ya sea por incrementos o por disminuciones. Los precios de venta que por determinadas circunstancias se aumentaron pueden posteriormente ser restituidos al precio de venta anterior. En tales circunstancias se tienen "aumentos" o "cancelaciones de aumentos".

El problema práctico que se presenta en este aspecto de la aplicación de la fórmula del "Método" consiste en el tratamiento que debe darse a las "cancelaciones de aumentos". ¿Deben éstas considerarse estrictamente como disminuciones de los "aumentos" o deben incluirse dentro de las "rebajas"?

Algunos autores señalan que las llamadas "cancelaciones de aumentos" deben tratarse precisamente como disminuciones del total acumulado de "aumentos" y que por lo tanto no deben confundirse con las "rebajas" propiamente dichas. Otros autores, en cambio, sostienen que tal práctica no tiene objeto alguno ya que toda disminución en el precio de venta, aun cuando ésta corresponda a la eliminación de un "aumento" previamente tomado, debe considerarse como "rebaja" ya que cualquier reducción en el precio de venta no es más que eso, una "rebaja", aun cuando la cancelación del aumento tenga por objeto restituir el precio que originalmente se fijó a un determinado artículo. Únicamente, opinan, es justificable recurrir a las "cancelaciones de aumentos" cuando se trate de corregir algún error que se haya cometido al asignar un precio equivocado a un producto.

El procedimiento que considera a las disminuciones de los "aumentos" como cancelaciones dificulta la aplicación del "Método", cuando precisamente lo que se persigue es la simplicidad en el registro. Es muy difícil distinguir en la práctica las disminuciones por concepto de cancelación de "aumentos" y las "rebajas" propiamente dichas ya que generalmente después de efectuado un "aumento" transcurre un determinado período antes de que se tenga que cancelar. Hay que tener presente que las etiquetas se cambian de manera que es difícil conocer cuáles artículos han recibido aumentos en los precios que originalmente les correspondían. Para poder distinguir entre lo que es una "rebaja" y una "cancelación de aumento" sería indispensable llevar control de las existencias por medio de registros unitarios.

En nuestra opinión los dos procedimientos pueden ser aplicados según las circunstancias del caso. En algunas ocasiones un Jefe de Sección ha logrado hacer una compra oportuna y después de haber fijado el precio de venta a un determinado artículo considera que las condiciones del mercado permiten un aumento al precio originalmente fijado, aumento que habrá de sostenerse durante un período breve para después restaurar la mercancía a su precio original. En este caso el tratar la disminución del "aumento" como una *cancelación* propiamente dicha estaría plenamente justificada. Además, en un caso semejante no sería justo para el Jefe de la Sección que se le computara como una "rebaja" lo que en realidad es una "cancelación de un aumento" que fue tomado precisamente por la habilidad del encargado de la sección en la adquisición oportuna de mercancías y que después se restituye el artículo a su precio de venta original porque puede seguirse vendiendo con éxito en esas condiciones.

En otras circunstancias consideramos que es más aconsejable seguir la práctica de tratar las "cancelaciones de aumentos" como "rebajas". El fundamento de esta opinión es que después de haber efectuado un aumento al precio de venta de un artículo, principalmente en el caso de mercancías de temporada, termina el período y la demanda disminuye notablemente. Esto es muy frecuente en el comercio de ropa y novedades. En estos casos la cancelación de los aumentos no son sino "rebajas" o "castigos" a los artículos porque se conoce que su precio de mercado se ha reducido por la poca demanda.

El criterio aplicable para el tratamiento de las "cancelaciones de aumentos" puede resumirse de la siguiente manera:

a) Las disminuciones en los aumentos a los precios de venta originalmente fijados deben tratarse como "cancelaciones" cuando la baja en el precio no corresponda de ninguna manera al factor obsolescencia, deterioro, poca demanda, etc.

b) Todas las demás disminuciones en los precios de venta deben tratarse como "rebajas" porque no son otra cosa más que "castigos" para lograr la salida de las mercancías.

### *Rebajas a los Precios de Venta.— Cancelaciones.*

Otro de los cambios de precio que ocurren con motivo del manejo de mercancías es la "cancelación de las rebajas". Estas cancelaciones son ocasionadas en la generalidad de los casos por ventas especiales o "baratas" en las que se disminuye temporalmente el precio de venta de los artículos con la intención de volverlos a restituir a su precio de venta normal cuando el período especial haya concluído.

Estas "baratas" comprenden casi siempre a todos los artículos del establecimiento o a la gran mayoría de ellos. En tales circunstancias se presenta un caso muy especial que debe ser motivo de cuidadosa vigilancia. Estas "baratas" tienen la finalidad de promover las ventas. Para invitar a la clientela se rebajan los precios de venta de algunas mercancías que gozan de una demanda aceptable y para tener un surtido considerable se adquieren artículos a los que se les fija un margen de utilidad igual al que corresponde a los artículos ya rebajados para efectos de la "barata". En tales circunstancias se tendrá dificultad cuando se restituyan las mercancías a sus precios normales puesto que para algunas de ellas habrá que cancelar rebajas y para otras habrá que correr "aumentos". Con el fin de evitar posibles errores es indicado ejercer un control cuidadoso de todos los cambios de precio ocurridos durante el período de la venta especial, de lo contrario dichos errores repercutirán en la valoración del inventario final.

Para no violar el principio de la fórmula que sigue "El Método de Detallistas" debe distinguirse entre un "aumento" al precio de venta originalmente marcado y el cambio de precio que se conoce como "cancelación de rebaja". Tratar ambos cambios en forma errónea desvirtúa los resultados finales y la valoración del inventario final será incorrecta.

En el caso de las "cancelaciones de rebajas" sucede lo contrario que con las "cancelaciones de aumentos"; es decir que,

a) Cuando la rebaja ha sido efectuada con motivo de la poca demanda de un artículo, pero a consecuencia de un posible cambio en las condiciones que provocaron la escasez de la demanda, se hace necesario elevar nuevamente el precio de venta, el incremento que reciba el precio del artículo deberá tratarse como un "aumento" propiamente dicho.

b) Cuando la "rebaja" ha sido realizada por motivos diferentes de una baja en la demanda, el nuevo incremento en el precio de venta deberá tratarse como una "cancelación de rebaja". Esto sucede en el caso a que acabamos de referirnos cuando se disminuye el precio de los artículos para llevar a cabo ventas promocionales.

Las repercusiones que trae consigo un tratamiento equivocado con respecto a las "cancelaciones de rebajas" y los "aumentos" son las siguientes:

Si se contraría el procedimiento enunciado en a) y se considera

lo que es en realidad un "aumento" como cancelación de "rebaja", el porcentaje de costo que se determine al ser aplicado dará como resultado un inventario sobrevaluado.

Si se contraviene el tratamiento señalado en b) que es el caso contrario, se obtiene un inventario valorizado a un precio inferior al que debe corresponderle.

Los siguientes ejemplos numéricos comparativos servirán para demostrar las aseveraciones anteriores:

El inventario inicial tiene un precio de costo total de \$ 850,000.00 y un precio de venta de \$ 1.150,000.00.

Las compras efectuadas durante el período tienen un precio de costo de \$ 900,000.00 y un precio de venta de \$ 1.200,000.00.

Los "aumentos" realizados ascienden a \$ 60,000.00.

Las rebajas tienen un importe de \$ 130,000.00, sin embargo hubo cancelaciones de rebajas por \$ 60,000.00.

Las ventas del período fueron de \$ 1.300,000.00.

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	73.91%	\$ 850,000.00	\$ 1.150,000.00
Compras	75.00 "	900,000.00	1,200,000.00
Aumentos			60,000.00
Total Acumulado	72.61 "	<u>\$ 1.750,000.00</u>	<u>\$ 2.410,000.00</u>
Rebajas Netas:			
Rebajas		\$ 130,000.00	
Cancelac. "		60,000.00	70,000.00
Ventas			1,300,000.00
	72.61 "	<u>\$ 755,144.00</u>	<u>\$ 1.040,000.00</u>

#### Valoración del Inventario Final.

Porcentaje de costo:

Total Acumulado — Costo  $\frac{\$ 1.750,000.00}{\$ 2.410,000.00} = 72.61\%$

Total Acumulado — Venta  $\frac{\$ 2.410,000.00}{\$ 2.410,000.00} = 100\%$

$.7261 \times \$ 1.040,000.00 = \$ 755,144.00$ .

En el ejemplo anterior se ha hecho aplicación del "Método de Detallistas" siguiendo correctamente sus principios básicos.

En el ejemplo que sigue vamos a suponer que los \$ 60,000.00 correspondientes a "cancelaciones de rebajas" se consideraron indebidamente como "aumentos":

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	73.91%	\$ 850,000.00	\$ 1,150,000.00
Compras	75.00 „	„ 900,000.00	„ 1,200,000.00
Aumentos			„ 60,000.00
Cancelaciones de rebajas consideradas equivocadamente como "aumentos"			„ 60,000.00
Total Acumulado	70.84 „	<u>\$ 1,750,000.00</u>	<u>\$ 2,470,000.00</u>
Rebajas Ventas			„ 130,000.00
			„ 1,300,000.00
Inventario Final	70.84 „	<u>\$ 736,840.00</u>	<u>\$ 1,040,000.00</u>

*Valoración del Inventario Final.*

Porcentaje de costo:

Total Acumulado — Costo \$ 1,750,000.00 = 70.84%

Total Acumulado — Venta \$ 2,470,000.00

.7084 x \$ 1,040,000.00 = \$ 736,840.00.

En el ejemplo anterior el inventario final que se obtuvo es inferior al que resulta de la aplicación correcta del "Método". Por lo tanto, si las cancelaciones de rebajas se consideran equivocadamente como "aumentos", el inventario final que resulta está valorizado a un precio inferior al que debe corresponderle.

En el siguiente ejemplo se toma un supuesto contrario al anterior. Los aumentos se consideran erróneamente como "cancelaciones de rebajas":

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Inventario Inicial	73.91%	\$ 850,000.00	\$ 1,150,000.00
Compras	75.00 „	„ 900,000.00	„ 1,200,000.00
Total Acumulado	74.47 „	<u>\$ 1,750,000.00</u>	<u>\$ 2,350,000.00</u>
Rebajas Netas:			
Rebajas			\$ 130,000.00
Cancelac.			„ 60,000.00
			<u>\$ 70,000.00</u>



**VI.—OTROS ASPECTOS DEL MANEJO DE MERCANCIAS QUE  
AFECTAN LA APLICACION DEL METODO DE DETALLISTAS**

### *Faltantes.*

Independientemente del control que proporciona el "Método de Detallistas" es necesaria la práctica de inventarios físicos periódicos de las diversas secciones del Gran Almacén. El recuento físico permite conocer el importe de los faltantes al comparar las cifras obtenidas con el valor que tiene el inventario en libros.

De acuerdo con las estadísticas recopiladas por los Grandes Almacenes se ha determinado que el importe normal de faltantes representan un 2% ó 3% de las ventas netas de cada sección. Cantidades en exceso de las que resulten de la aplicación de dichos porcentajes exigirán que se hagan investigaciones acerca del registro y manejo de las mercancías en la sección de que se trate.

A través de los resultados obtenidos en la práctica se ha podido comprobar que los faltantes o sobrantes obedecen a las siguientes causas:

#### I.—Faltantes:

- a) Rebajas a los precios de venta no registrados en la contabilidad.
- b) Precios de venta más elevados que los que en realidad se hayan asignado a las mercancías.
- c) Artículos no inventariados.
- d) Compras correspondientes a otra sección cargadas a aquéllas en que se tiene el faltante.
- e) Ventas abonadas por error a otra sección.
- f) Robos ya sea por el personal o por el público.

#### II.—Sobrantes:

- a) Aumentos a los precios de venta no registrados.
- b) Precios de venta menores que los que en realidad se han asignado a las mercancías.
- c) Duplicación en la toma de inventarios.
- d) Compras de la sección cargadas por error a otra sección.
- e) Ventas de otra sección abonadas por error a la sección en la que se tiene el sobrante.

En los Grandes Almacenes se sigue la práctica de incluir dentro de las "deducciones a precio de venta" para determinar el inventario, un 2% ó 3% por concepto de faltantes. La deducción hecha con base en esa estimación puede no modificarse a menos que el recuento físico refleje un faltante anormal.

### *Trasposos de mercancías de una a otra sección.*

En los Grandes Almacenes es muy común que por diversos motivos se hagan trasposos de una sección a otra. Estos trasposos deben manejarse como si se tratara de entrada o de salida de mercancías por compras o por ventas para que el movimiento de los artículos en las secciones se siga operando dentro de los lineamientos del "Método de Detallistas".

Estos movimientos por concepto de trasposos entre secciones deben vigilarse cuidadosamente, al igual que los cambios de precio, para evitar errores que se traducen en una valoración incorrecta del inventario.

Por lo que se refiere al manejo de las mercancías, las secciones del Gran Almacén tienen independencia unas de otras. Debido a esta característica tan peculiar, los trasposos de los artículos pueden hacerse tomando como base precios de venta diferentes.

En la práctica de los Grandes Almacenes se han originado tres maneras de efectuar los trasposos entre secciones:

- a) Las mercancías de una sección se trasladan a otra sin hacer ninguna modificación a sus precios de costo y de venta.
- b) Los artículos que se trasposan son recibidos en la sección correspondiente a un precio de costo menor que el que tienen fijado en la sección que hace la cesión.
- c) El supuesto contrario al anterior, es decir, que la sección que recibe los toma a un precio mayor que el que tienen marcado en la sección que hace la cesión.

En las operaciones de trasposo realizadas de acuerdo con el supuesto mencionado en el inciso a) anterior, la salida de los artículos se asienta al precio de venta que les corresponde y su costo se determina aplicando el porcentaje de costo respectivo. En la sección que recibe se registran al mismo precio de costo que tienen en la sección cedente y el precio de venta se determina en función del porcentaje de utilidad que dichos artículos tienen en la sección. En esta clase de trasposos no se presentan problemas de registro porque los precios base en la operación son idénticos.

El estudio del supuesto señalado en el inciso b) o sea el traslado de productos que son recibidos por una sección a un precio de costo menor que el que tienen en la sección cedente, revela que debe tenerse cuidado en el registro de la operación porque las cifras involucradas son diferentes.

Esta clase de traslado tiene su origen en las mercancías llamadas en el comercio al menudeo "mulas", es decir son productos que carecen de salida y que se remiten a otra sección en la que se considera más probable que sean realizados. En estas operaciones los Jefes de Sección convienen con respecto al precio que servirá de base para el traslado y, naturalmente, el encargado de la sección que recibe la mercancía "amulada" propondrá un precio de costo menor que el que tiene marcado en la sección que hace el traslado.

Estas operaciones se registran de la siguiente manera:

*Sección que cede la mercancía:* Se toma como base el precio de costo convenido. Se determina el precio de venta que corresponde a dicho costo, en función del porcentaje de costo de la sección. La diferencia entre el precio de venta determinado y el que tenía marcado el artículo no es otra cosa que un "castigo" y por lo tanto debe registrarse como "rebaja".

*Sección que recibe las mercancías:* Se les dará entrada al precio de costo convenido y al precio de venta que resulte de aplicar el porcentaje de utilidad de la sección.

En el ejemplo que sigue se demuestra en forma numérica los pasos que deben seguirse para el registro de estas operaciones de traspaso.

Supongamos que en la Sección "A" se tienen artículos con un precio de venta total de \$5,000.00, los cuales se traspasarán a la Sección "B" en la que se considera posible lograr su realización.

El porcentaje de costo de la Sección "A" es de 60% y el de la Sección "B" es de 70%.

El costo convenido por los Jefes de ambas secciones para efectos del traspaso es de \$2,400.00.

*Sección "A".*

Determinación del precio de venta en el que habrá de darse salida a los artículos:

Costo convenido	\$ 2,400.00		= \$ 4,000.00
Porcentaje de costo	.60		
Precio de venta actual			\$ 5,000.00
Precio de venta para el traspaso			\$ 4,000.00
Importe de la "rebaja"			\$ 1,000.00

*Registro de la Operación:*

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Traspasos cedidos	....	\$ 2,400.00	\$ 4,000.00
Rebajas	....	" .....	" 1,000.00

*Sección "B".*

Determinación del precio de venta en que habrá de darse entrada a los artículos:

Porcentaje de Utilidad sobre Costo:	.30		
			= 42.857%
	.70		

Margen de Utilidad:

$$.42857 \times (\text{Costo Convenido}) \$ 2,400.00 = 1,028.57$$

Precio de Venta:	
Costo Convenido	\$ 2,400.00
Margen de Utilidad	„ 1,028.57
	<u>\$ 3,428.57</u>

*Registro de la Operación.*

	Porciento de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Trasposos recibidos	70%	\$ 2,400.00	\$ 3,429.00

En el supuesto señalado en el inciso c) que no es sino el razonamiento contrario al expresado en b), el procedimiento de registro es el mismo, únicamente que al tomar una suposición contraria el resultado será inverso, es decir, que la diferencia resultante en la operación en vez de registrarse como "rebaja" se considera como "cancelación de rebaja".

Aparentemente, si en el supuesto b) la diferencia se considera como "rebaja", en este supuesto que es el contrario debería considerarse como "aumento"; pero debe notarse que el precio de costo se está incrementando y para que el incremento en el costo se refleje en el inventario, debe operarse el registro a través de una cancelación de rebaja.

Expresado en otras palabras, el procedimiento de registro es el siguiente:

*Sección que cede la mercancía:* Se toma como base el precio de costo convenido. Se determina el precio de venta que corresponde a dicho costo de acuerdo con el porciento de la sección. La diferencia entre el precio de venta determinado y el precio de venta que tienen marcado los artículos se considerará como "cancelación de rebaja".

*Sección que recibe las mercancías:* Se da entrada a los artículos al precio de costo convenido y el precio de venta se determina en función del porciento de utilidad que corresponde a la sección.

El ejemplo que se presenta a continuación demuestra en cifras el procedimiento expuesto anteriormente:

En la Sección "A" se tienen artículos con un precio de venta total de \$ 5,000.00, los que se traspasan a la Sección "B".

El porciento de costo de la Sección "A" es de 60%.

El porciento de costo de la Sección "B" es de 70%.

El costo convenido por los Jefes de ambas secciones para llevar a cabo el traspaso es de \$ 4,000.00.

*Sección "A".*

Determinación del precio de venta en el que habrá de darse salida a los artículos:

Costo convenido	\$ 4,000.00	=	\$ 6,666.67
Porcentaje de costo	.60		
Precio de Venta para el traspaso			„ 6,666.67
Precio de Venta actual			„ 5,000.00
Importe de la cancelación			<u>\$ 1,666.67</u>

*Registro de la Operación.*

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Trasposos cedidos	....	\$ 4,000.00	\$ 6,667.00
Cancelaciones de Rebajas	....	„ .....	„ 1,666.00

*Sección "B".*

Determinación del precio de venta en que habrá de darse entrada a los artículos:

Porcentaje de Utilidad sobre Costo:	.30	=	42.857%
	.70		

Margen de Utilidad:

$$.42857 \times (\text{Costo Convenido}) \$ 4,000.00 = \$ 1,714.28$$

Precio de Venta:

Costo Convenido	\$ 4,000.00
Margen de Utilidad	„ 1,714.28
	<u>\$ 5,714.28</u>

*Registro de la Operación.*

	Porcentaje de Costo	Precio de Costo	Precio de Venta
Trasposos recibidos	70%	\$ 4,000.00	\$ 5,714.00

Cuando en las operaciones de traspaso intervienen precios de venta diferentes para ambas secciones se altera el total de la mercancía manejada a precio de venta por todo el establecimiento. Sin embargo, esa alteración carece de importancia porque los márgenes de utilidad se determinan por secciones.

*Ventas especiales.*

Los Grandes Almacenes de ventas al menudeo, cuando una temporada está próxima a concluir organizan ventas especiales conocidas con el nombre de "baratas" con el propósito de realizar aquellos artículos que se tienen en existencia y que habrán pasado de moda cuando se inicie una nueva temporada. Con este objeto se reducen los márgenes de utilidad de gran variedad de productos manejados por las diferentes secciones de la negociación.

La reducción de los márgenes de utilidad con motivo de estas ventas especiales, como se hizo notar al hablar de los cambios de precio, puede desvirtuar los resultados que proporciona el "Método".

En las ventas especiales se adquieren ciertos artículos a un costo menor que el normal con el propósito de ofrecerlos en la "barata" con un porcentaje inferior al que generalmente se tiene asignado para la sección.

Consideramos conveniente señalar que deben tomarse las medidas necesarias para evitar alteraciones en los valores del inventario, pues de lo contrario las cifras erróneas se irán acumulando a medida que transcurran las diferentes épocas de venta y el objeto del "Método" se habrá perdido totalmente pues los valores en libros del inventario y los márgenes de utilidad bruta se encontrarán cada vez más alejados de la realidad.

En nuestra opinión, el procedimiento más indicado para evitar complicaciones en el funcionamiento del "Método", es el de registrar la entrada de los productos especialmente adquiridos para la venta especial a precios ventajosos, empleando el porcentaje normal que para los artículos de su naturaleza corresponda en la sección. El registro de los cambios de precio deberá sujetarse a los principios que sobre dichos cambios de precio se exponen en capítulos anteriores.

#### *La reserva para ajustes de inventarios.*

Se explica en páginas anteriores que en el comercio de los Grandes Almacenes el "precio de mercado" es aquel en que pueden realizarse los artículos de la negociación disminuido por el margen necesario para obtener una utilidad y cubrir gastos y que se determina en relación con los precios que a los mismos corresponden en el mercado de ropa y novedades.

Al practicarse recuentos físicos en las diversas secciones puede determinarse que el importe que las mercancías tienen señalado no corresponde con el precio de venta que estas tengan en el "mercado".

Se ha sostenido que para hacer frente a esas diferencias en el valor del inventario es preciso la creación de una reserva especial que permita en un momento dado ajustarlo a su precio de mercado.

Entre los argumentos que se han esgrimido en apoyo de la creación de la reserva anterior deben mencionarse los siguientes:

a) La imposibilidad de determinar en qué momento deben llevarse a cabo las rebajas, pues si se efectúan antes del momento oportuno se sacrifica la utilidad y por el contrario, si se posponen demasiado habrá que llevar a cabo un mayor número de ellas en el futuro.

b) Aun cuando los artículos estén marcados al precio de venta que debe corresponderles, si se tienen existencias excesivas habrá necesidad de "castigarlos" en el futuro.

En nuestra opinión el "Método" debe funcionar normalmente sin tener que recurrir a la creación de una reserva. A través de las "rebajas" cada sección va ajustando el valor de las mercancías a su precio de mercado. Las constantes alteraciones en los precios de determinadas clases de artículos deben registrarse a través de las "rebajas" que se tomen.

Si bien es cierto que el problema de las rebajas constituye una debilidad del "Método", también lo es que si estas se manejan apropiadamente, los resultados de su aplicación final serán satisfactorios. Las negociaciones de este tipo cuentan además con una serie de elementos de los que puede valerse la administración para que las "rebajas" sean oportunas.

VII.—AUDITORIA DEL INVENTARIO EN LIBROS  
SEGUN EL METODO DE DETALLISTAS

Después de haber expuesto los lineamientos del "Método de Detallistas" y de haber señalado la forma en que éste debe operarse para llegar a resultados correctos y razonables, se puede afirmar que el éxito del "Método" descansa sobre dos factores básicos:

a. Que el por ciento de costo haya sido determinado siguiendo los lineamientos del método.

b. Que el inventario en libros, a precio de venta, se encuentre correctamente determinado.

Para conocer si el inventario se encuentra valuado al precio de costo o de mercado, el que sea menor, es decir, de acuerdo con el "Método de Detallistas" será necesario seguir una serie de pasos lógicos en la revisión, de tal manera que permitan al auditor cerciorarse de que los dos factores básicos señalados en a) y b) han sido determinados en forma correcta.

Esta serie de pasos lógicos que encuentran expresión en el programa de revisión, pueden variar de acuerdo con las circunstancias que prevalezcan en cada caso particular, sin embargo, en este trabajo se señalarán aquellos que consideramos mínimos en una auditoría del inventario en libros según el "Método de Detallistas":

1.—Formúlese un resumen por meses del inventario en libros, a precio de venta, conjuntamente con todos los elementos que le sean aplicables.

La fuente de datos para este resumen será el "Mayor Auxiliar de Inventarios". Con el total que arrojen las columnas de la cédula resumen se deberán hacer las siguientes comparaciones:

a. Compárese el total de la columna de compras, a precio de costo, así como el total de la columna de ventas contra las respectivas cuentas de control en el Mayor General.

b. Compárese el inventario inicial, a precio de costo, con la cuenta de inventarios en el Mayor General. En este caso se deberán verificar las cifras del inventario inicial a precio de costo y a precio de venta con las cifras correspondientes que aparecen en los papeles de trabajo de la auditoría del año anterior, si la hubo. El inventario físico final del año anterior deberá ser igual al inventario inicial en libros.

2.—De acuerdo con las circunstancias que prevalezcan en la negociación que se audita, escójase un determinado número de secciones para efectuar en ellas pruebas, formulando una cédula similar a la anterior para cada una de las secciones escogidas. En este caso

los totales que arrojen las columnas respectivas no podrán compararse contra las cuentas del mayor, pero sí contra la cédula sumaria a través de tiras de sumadora de las cuentas de inventarios finales a precio de costo y a precio de venta.

3.—En aquellas secciones seleccionadas para prueba, efectúese una revisión detallada de las compras dentro de un determinado período, por ejemplo un mes, tomando nota, además de aquellos conceptos normalmente revisados, sobre la aplicabilidad de la mercancía consignada en la factura a la sección a la que fue cargada. También deberán señalarse aquellos conceptos que muestren una desviación anormal del margen de utilidad de la sección, verificando en igual forma las extensiones al precio de venta, esto es, multiplicando el número de unidades por el precio de venta unitario de cada una.

4.—En las secciones escogidas para la prueba, compárense los precios de venta, en facturas recientes, de determinado número de artículos, con los precios marcados en dichos artículos en los aparadores de la sección. En forma inversa, listense los precios de venta de determinadas mercancías que se encuentran exhibiéndose para la venta en la sección y compárense con las facturas archivadas de dicha sección. Cualquier diferencia que se determine deberá estar respaldada por una "nota de cambio de precio".

5.—Todos los cargos adicionales o créditos efectuados en el período escogido para hacer la prueba detallada de comprobantes deberán ser revisados. Estos cargos adicionales pueden consistir en tales conceptos como fletes, trasposos entre secciones, etc. Los conceptos anteriores deberán revisarse cuidadosamente para determinar si se trata de gastos acumulables al costo de adquisición de las mercancías.

6.—La revisión de las "rebajas" debe comprender cuando menos:

a. En todas las secciones de la negociación deberán hacerse comparaciones con respecto a las "rebajas" de años anteriores y obtenerse explicaciones sobre cualquier variación de importancia del por ciento de "rebajas" en relación con las ventas.

b. En aquellas secciones que se hayan escogido para prueba, revísense todas las notas de cambio de precio formuladas durante un mes del año con el propósito de determinar si proceden o no, revisando, además, su exactitud numérica, sumándolas para comparar su importe contra el total acumulado por el mes que aparece en la cédula respectiva.

c. En aquellas secciones que se hayan escogido para prueba, selecciónense notas de cambio de precio recientes y compárense contra los precios que tienen marcadas las mercancías en los aparadores de la sección. Escójanse algunos artículos en exhibición en dicha sección, los cuales hayan sido rebajados y compárense contra el reporte de cambio de precio que debió haber sido emitido previamente.

d. Hágase revisión del procedimiento que sigue el establecimiento para el registro y contabilización de los cambios de precios, haciéndose el trabajo que se considere pertinente para cerciorarse de que tales métodos son efectivos.

7.—Se debe verificar que el importe de las ventas solamente incluya el precio de venta que corresponde a las mercancías, es decir, que aquellos conceptos como descuentos a empleados, por ejemplo, no deberán modificarlos.

8.—Es conveniente también revisar aquellos cargos a precio de costo o a precio de venta que no hayan sido usados en la determinación del por ciento de costo, para su debida clasificación.

9.—Es importante cerciorarse de que el período empleado en computar el por ciento de costo sea consistente con el de años anteriores.

10.—Multiplíquese el por ciento de costo por el inventario físico a precio de venta para llegar a un inventario final valuado al precio más bajo entre el de costo y el de mercado.

11.—Por último, revisense las rebajas tomadas desde la fecha de los estados financieros hasta el momento en que se concluya el trabajo y determínese si tales rebajas son aplicables a las operaciones del año que se revisó.

Un programa de revisión similar al anterior contiene como ya lo hemos expresado los pasos mínimos para determinar si el inventario final está debidamente valuado mediante la aplicación correcta del "Método de Detallistas" y que dicho método se usó consistentemente durante el período de la revisión y en el período anterior.

**VIII.—CONTROL UNITARIO DE LAS EXISTENCIAS**

### *Control unitario de las existencias.*

Después de haber explicado el funcionamiento del "Método de Detallistas" como un medio eficaz para registrar y controlar las operaciones de compra y venta de mercancías en los grandes almacenes, es conveniente señalar en forma breve la importancia que puede tener en algunos casos el control unitario de las existencias como complemento del método que se acaba de exponer.

Los registros unitarios pueden emplearse en algunos casos como elementos auxiliares del "Método de Detallistas" y por lo tanto pueden ser una guía de mucha importancia para el éxito de las operaciones de compra y venta de mercancías.

Para que los registros unitarios cumplan con su cometido, deberán ser fáciles de manejarse y los procedimientos que se establezcan para llevar a cabo las anotaciones que en ellos se hagan deben ser sencillos y prácticos, pues de lo contrario el registro unitario se convertirá en un serio problema para la sección en que se lleve y carecerá de importancia.

No es posible señalar ningún registro unitario en particular ya que éste variará según las condiciones de cada caso y bien puede consistir en simples hojas en las que los encargados de las secciones van haciendo las anotaciones correspondientes o bien en los modernos sistemas mecanizados a base de tarjetas perforadas que permiten un control casi perfecto.

Por ejemplo, en el caso de los grandes almacenes la modificación continua de los estilos ocasionada por los cambios en la moda hace que el problema de la obsolescencia revista características importantes; un sistema de etiquetas perforadas permitirá la localización rápida de los artículos que se hayan "amulado". El empleo de este sistema de tarjetas facilitará, cuando su empleo no resulte costoso, la obtención de una serie de informaciones de valiosa importancia para la negociación, tales como diversos datos estadísticos relacionados con las ventas, informes sobre las existencias en relación con estilos, colores, tamaños, temporada, ubicación, etc. Sin embargo, en México, aun no ha sido factible la implantación de un sistema de control unitario de esta naturaleza en los grandes almacenes debido al costo tan elevado de su operación, pero es de esperarse que a medida que estos establecimientos continúen su incontenible desarrollo se implantarán en ellos estos eficientes sistemas de control.

En resumen, un buen sistema de control unitario de las mercancías que se manejan en algunas secciones de los grandes almacenes será un complemento valiosísimo del "Método de Detallistas" y hará más efectivo su funcionamiento.

## **IX.—CONCLUSIONES**

El "Método de Detallistas" ofrece las siguientes ventajas:

1.—Permite estimar con un buen margen de seguridad el valor de los inventarios mensuales, y el monto de las utilidades sin tener que recurrir a la toma de inventarios físicos.

2.—Permite la formulación de presupuestos de compras y de ventas.

3.—La toma de inventarios físicos empleando únicamente precios de venta es mucho más fácil que si tuviera que hacerse al precio de costo y por ello pueden practicarse periódicamente en diversas secciones del gran almacén.

4.—El importe de los faltantes se puede conocer fácilmente al comparar el inventario en libros contra el inventario físico que periódicamente se tome.

5.—La pérdida de valor de las mercancías se registra automáticamente a través de las rebajas.

6.—Se puede conocer en cualquier momento el efecto que producen los "castigos" a las mercancías, en relación con las utilidades.

La debilidad que se le imputa al "Método" consiste en que siendo éste un método a base de promedios, encierra en sí la posibilidad de errores en la determinación del inventario.

En contra de la aseveración anterior puede afirmarse que la sustitución del precio de costo real por el precio de costo o de mercado, el que sea más bajo, que proporciona el "Método de Detallistas" conduce a cifras globales que ofrecen todas las garantías de exactitud ya que las diferencias que resultan carecen de importancia.

La experiencia obtenida por los grandes almacenes ha demostrado que la renovación constante de los inventarios mediante la aplicación del principio de expulsión de mercancías "amuladas" por medio de ventas especiales o "baratas" actúa como factor de nivelación casi perfecto del por ciento de entrada y del por ciento de salida de las mercancías, todo ello a consecuencia de las múltiples compensaciones que se están llevando a cabo constantemente.

De todo lo anterior se desprende que el "Método de Detallistas" es un procedimiento sencillo y práctico que permite registrar y controlar las operaciones de compra y de venta de mercancías que realizan los grandes almacenes en forma eficiente y oportuna con la ventaja de que su operación es poco costosa.

## BIBLIOGRAFIA

THE RETAIL METHOD IN PRACTICAL OPERATION.—National Retail Dry Goods Association.

THE RETAIL INVENTORY METHOD AND LIFO.—Mc Nair and Hersum.

RETAIL MERCHANDISE CONTROL.—John W. Wingate.

CONTABILIDAD TEORICA Y PRACTICA.—Roy B. Kester.

MATHEMATICS OF RETAIL MERCHANDISING.—Bernard P. Corbman.

RETAIL MERCHANDISE ACCOUNTING.—Hermon F. Bell.

CONTABILIDAD GENERAL.—Maximino Anzures.

LA COMPTABILITE DES GRANDS MAGASINS.—Georges Lutscher.

# INDICE

	Página
<b>I.—LOS GRANDES ALMACENES DE MEXICO</b>	
Origen del Gran Almacén Mexicano .....	9
Desarrollo del Gran Almacén en México .....	10
El Primer Gran Almacén .....	11
Otros Grandes Almacenes .....	12
Influencia de los Grandes Almacenes en el desarrollo de algunas actividades industriales .....	12
Los Grandes Almacenes de Nuestra Epoca .....	12
Organización del Gran Almacén .....	13
<b>II.—METODOS DE REGISTRO Y CONTROL DE INVENTARIOS</b>	
Diversos Métodos de Registro y Control .....	17
Método Global de Mercancías .....	17
Método Pormenorizado de Mercancías .....	18
Método de Inventario Perpetuo .....	18
Método de Detallistas .....	19
<b>III.—EL METODO DE DETALLISTAS Y SU APLICACION</b>	
Generalidades .....	23
División de los Grandes Almacenes en Secciones .....	24
Funcionamiento del Método de Detallistas .....	24
Los "Aumentos" a los precios de venta como elemento en la determinación del por ciento de costo .....	28
Las "Rebajas" a los precios de venta en la determinación del valor del inventario .....	31
Forma en que debe aplicarse el Método de Detallistas para obtener una valoración correcta del inventario .....	38
La aplicación del Método de Detallistas en la división por secciones de los Grandes Almacenes .....	42
<b>IV.—REGISTRO DE LAS CIFRAS QUE SE MANEJAN EN EL METODO DE DETALLISTAS</b>	
Registro de las operaciones relacionadas con el manejo de las mercancías .....	49
Registro de las Compras .....	49
Registro de los Cambios de Precios .....	50
Traslados de mercancías entre Secciones .....	52
Registros de las Ventas .....	52
Registro de Control de Inventarios .....	53
El Informe Estadístico por Secciones .....	54
<b>V.—EL TRATAMIENTO DE LOS CAMBIOS DE PRECIOS</b>	
"Aumentos" a los Precios de Venta. Cancelaciones .....	57
"Rebajas" a los Precios de Venta. Cancelaciones .....	59
<b>VI.—OTROS ASPECTOS DEL MANEJO DE MERCANCIAS QUE AFECTAN LA APLICACION DEL METODO DE DETALLISTAS</b>	
Faltantes .....	65
Trasposos de mercancías de una a otra Sección .....	65
Ventas Especiales .....	69
La Reserva para ajustes de inventarios .....	70
<b>VII.—AUDITORIA DEL INVENTARIO EN LIBROS SEGUN EL METODO DE DETALLISTAS</b>	75
<b>VIII.—CONTROL UNITARIO DE LAS EXISTENCIAS</b>	
Control Unitario de las Existencias .....	81
<b>IX.—CONCLUSIONES</b>	83