

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR

**TITULO: ADMINISTRACION Y CONTROL DE INVENTARIOS A LA
EMPRESA MERCACENTRO**

**ENSEYO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE CONTADOR PÚBLICO AUDITOR.**

AUTOR: DELGADO DIEGO

DIRECTOR: ING. AUGUSTO BUSTAMANTE

**CUENCA-ECUADOR
2007**

RESPONSABILIDAD

El contenido que versa en el presente ensayo es de exclusiva responsabilidad de su autor.

Diego Delgado

DEDICATORIA

La presente monografía dedico con mucho cariño a mis padres por el apoyo que me supieron brindar.

Para mis hermanos

Para mis hermanas.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo que he desarrollado, en primer lugar tengo que agradecer a Dios por darme esa fuerza y valor para terminar mis estudios, luego agradezco a mi familia que me han apoyado en mis estudios de manera especial a mis padres que han sido el para alcanzar mi meta, y lograr mi objetivo.

RESUMEN

El presente ensayo esta formado por dos partes fundamentales, la parte teórica y la práctica que se encierra en cuatro capítulos, los mismos que se detallan con una ligera introducción, antecedentes del sector, características de la empresa, ubicación, acerca de los inventarios de la empresa Mercacentro, y que hace referencia a la definición, importancia y conceptos que figuran o se tomen en consideración dentro del tema inventarios. Se examina a breves rasgos las cuantas de inventarios de mercaderías como cuenta múltiple.

Se pone a consideración el Método Promedio Ponderado, se presenta a las conclusiones a las que se llevo con esta investigación, y se han planteado recomendaciones que están puestas en marcha para el proceso de Administración y Control de Inventarios que beneficiara directamente al almacén.

ABSTRACT

This essay is composed of two fundamental parts, the theoretical part and the practice. It contains four chapters. They include a brief introduction, the background of the sector, and the characteristics and location of the company Mercacentro. They also consider the topic of inventories with the definition, importance, and concepts that appear or are taken into consideration for inventories. The inventory accounts of goods are briefly examined as a multiple account, and the Weighted Average Method is put under consideration. This essay ends with the conclusions of the investigation and some recommendations that are proposed for the process of Administration and Control of Inventories which directly benefit the store.

INTRODUCCION

Un negocio corporativo que pertenece a una persona es la forma más común de una organización comercial, porque son muy fáciles de empezar. Crearla no requiere autorización de ninguna agencia gubernamental. Generalmente la empresa requiere poca inversión de capital o ninguna inversión.

Una empresa de un solo propietario suministra un modelo excelente para demostrar los principios contables ya que es la forma más simple de organización de negocios. Pero en el mundo de los negocios rara vez usted encontrara estados financieros para estas organizaciones.

La mayor parte de las empresas de un solo propietario son empresas relativamente pequeñas sin obligación de presentar estados financieros. Sus necesidades de información contable consisten básicamente en los datos utilizados en las operaciones comerciales diarias, el saldo en la cuenta bancaria de la empresa y las cantidades por cobrar o pagar.

De hecho, la mayoría de las empresas de un solo dueño no preparan estados financieros formales, a menos que surjan algunas necesidades especiales. Para propósito contable, se trata de cada organización comercial, incluyendo las empresas de un solo propietario, como una entidad separada de las otras actividades de su propietario.

Esto nos permite medir el desempeño de la empresa separadamente de los demás asuntos financieros de su propietario. Sin embargo, ante la ley una empresa de un solo propietario no es una entidad "separada" de su propietario. Según la ley el propietario es la "entidad" y la empresa de un solo propietario solamente representa algunas de sus actividades financieras. El hecho de que la empresa y su dueño sean legalmente "uno y el mismo" explica muchas de las características distintivas de esta forma de organización.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La zona denominada las Orquídeas, es un sector periférico de la ciudad de Cuenca, al momento se encuentra distribuida de la siguiente forma: En Patamarca I con 296 soluciones habitacionales, Patamarca II con 252, Patamarca II segunda etapa 126, Patamarca III 140, Trigales 430, El Pinar 80 viviendas y 140 lotes, El Rosal con 60 viviendas, cabe anotar que los sectores aledaños no se encuentran tomados en cuenta directamente dentro de ésta misma zona.

Al tener la ventaja de construir con anterioridad en éste mismo lugar conjuntos habitacionales en la década de los noventas y al observar que en ésta zona no se había ofrecido ninguna clase de asistencia de comercialización de bienes y/o servicios, aspiramos brindar a éste populoso sector las mismas comodidades que tienen los habitantes del centro de la ciudad y sus alrededores.

Con lo cual pretendemos indicar, que a pesar de la gran cantidad de personas que habitan en este lugar, carecen de servicios necesarios para el desarrollo de sus actividades cotidianas, puesto que para resolver los imprevistos que se presenten y para realizar cualquier trámite o compra de productos tienen que trasladarse al centro de la ciudad.

Debemos anotar que este estudio contribuirá a la ciudadanía como modelo para la realización de proyectos similares en otros sectores de nuestra ciudad y provincia, permitiendo de esta manera la satisfacción de ciertas necesidades apremiantes de los habitantes del Austro.

1.1 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa estudio de esta investigación es MERCACENTRO, esta ubicada en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay en la ciudadela las orquídeas, al norte de la ciudad.

1.2 RESEÑA HISTORICA DE LA ENTIDAD

MERCACENTRO es una entidad comercial que esta operando en el mercado alrededor de un año, la misma que tiene un solo propietario el Ing. Luis Arias, su principal actividad es la compra y venta de electrodomésticos, este negocio dio inicio a sus actividades el 1 de mayo de 2006 con el 80% de capital propio y el 20% de fuentes de financiamiento. Esta empresa tiene una cartera de crédito de parte de sus proveedores de uno a tres meses dependiendo del número de pedidos y políticas de los proveedores.

Sus principales proveedores son: GERARDO ORTIZ, ALMACENES JUAN EL JURI, MARCIMEX, entre otros.

El patrimonio de la entidad esta constituido por bienes muebles e inmuebles adquiridos y que se adquieren a título de compra venta.

Las ventas que realiza el almacén en su mayoría son de crédito a corto plazo, y muy pocas veces al contado lo que implica un riesgo en la recuperación de su cartera.

1.3 DIFICULTADES QUE AFRONTA UNA EMPRESA

La empresa no cuenta con un control de inventarios, razón por lo que se realiza el siguiente estudio de investigación que permite a la empresa establecer un control óptimo de inventarios, de acuerdo al método mas apropiado. El método que se sugiere es el "Promedio Ponderado".

Con este trabajo de investigación se busca:

- Establecer una ubicación óptima de productos que comercializa la empresa, lo cual facilita la venta, despacho, y almacenamiento, en forma ágil y oportuna.
- Establecer que productos son rentables y cuales no, y al mismo tiempo determinar que electrodomésticos debemos agregar al stock de mercaderías y cuales debemos eliminarlos.
- No tener en bodega cantidades innecesarias de mercaderías, debido a costos de almacenamiento y bodega.
- Conocer cual es el costo del inventario.
- Analizar los índices de rotación y rentabilidad. Ya que la rotación de inventarios es lo que permite establecer la rentabilidad, y además da una clara visión a cerca de cómo manejar y hacer rotar los inventarios.
- Finalmente luego de haber concluido este estudio de investigación encontraremos las conclusiones a las que se ha llegado y se planteara las debidas recomendaciones, obteniendo una visión general y real de las actividades realizadas en el almacén corroborando así la validez de la investigación realizada que es aplicado a “MERCACENTRO”. Cabe recalcar que la observación jugo un papel importante para determinar esta gran falencia dentro de la entidad.

1.4 ANALISIS DEL NEGOCIO

El sector al que pertenece es el comercial, ya que en la actualidad la nueva tendencia de compras se ve influenciada por los grandes centros comerciales y mega tiendas, las personas participan activamente de este nuevo estilo de vida y sienten la necesidad de participar en estos centros que satisfacen al consumidor.

En nuestra ciudad existen ya algunos centros comerciales e incluso un mall que cumple con todos estos requerimientos, pues las personas se han creado la expectativa de asistir a estos lugares con la finalidad de satisfacer sus

necesidades, dando como resultado el auge de este tipo de negocios que permiten integrar estos servicios en un mismo lugar, para dar mayor comodidad al cliente.

1.5 MERCADO

Se considera primordial realizar un estudio de mercado que nos permita conocer principalmente a potenciales consumidores, niveles de ingreso y el tipo de servicios que requieren, definiéndose de esta manera las prioridades de consumo, a más de implementar al proyecto aspectos que no han sido considerados con anterioridad en el análisis de mercado.

Los habitantes de la zona en la que está situado “MERCACENTRO”, sienten la necesidad de contar con un establecimiento como éste, pues en una encuesta realizada el 90% de las personas de más de 16 años manifestaron este requerimiento. Este sector cuenta con 7.620 habitantes, de los cuales la mayor parte de ellos desempeñan sus actividades laborales en las diferentes fábricas del Parque Industrial de Cuenca el cual se encuentra en el mismo lugar.

En su mayor parte el mercado al cual nos dirigimos se encuentra dentro de un nivel social medio y medio bajo, pero con un buen nivel de ingresos ya que, muchos de estos hogares tienen sus familias en el exterior.

1.6 CLIENTES

Los consumidores potenciales de los productos y servicios se encuentran entre los 16 y 61 años de edad, de los cuales las mujeres predominan en un 53% del total encuestado; el nivel de instrucción básicamente es primario y unos pocos con instrucción media y superior.

De acuerdo con la encuesta realizada anteriormente se confirma que los locales de preferencia o de carácter urgente son: para un banco el 81%, para

un supermercado 75%, para farmacia 72%, café net 58%, para la venta de pollos asados el 54%, comida rápida y cabinas telefónicas y heladería con el 50% cada uno.

Con la apertura de un centro comercial en el sector, más del 90% de los hogares encuestados serían clientes del mismo y con intención de arrendar un local comercial el 48%. Los niveles de ingresos familiares se reparten en gastos de alimentación, vestuario, medicina y educación, con un promedio de \$500, en un 80% del total de los encuestados.

1.7 COMPETENCIA

Podemos indicar que competencia propiamente dicha no existe en la misma capacidad o dimensión que proporcionará el Centro Comercial, pues en el sector existen pequeñas tiendas de abarrotes, abacerías, mini mercados y tiendas de barrio que ofrecen algunos productos y no representan mayor competencia para nuestro establecimiento.

Una de las debilidades más frecuentes que presentan, es la falta de satisfacción de gustos y preferencias de los consumidores, ya que de acuerdo al Estudio de Mercado realizado se encontró que hay insatisfacción ya sea en productos y servicios respectivamente y las personas sienten la necesidad de acudir a los centros comerciales para realizar varias actividades en un mismo lugar, que les brinde calidad, seguridad, proximidad, bajos precios y servicios de estacionamiento.

Al carecer de un centro de negocios en el sector, la satisfacción de gustos y preferencias eran realizados en el centro de la ciudad y hasta hoy no se había hecho ningún esfuerzo para cambiar esta situación y al conocer Mercacentro este problema, decidió montar un almacén de electrodomésticos y dotar de este tipo de servicios en dicho sector.

Como estrategia se utilizará una muy buena campaña de promoción y publicidad, para la venta de artefactos y así también comprometerse con las necesidades de los consumidores, teniendo en cuenta que “MERCACENTRO”, será una plaza equipada y dotada de todos los servicios apremiantes del sector, dentro de un ambiente sano y de entretenimiento familiar, en el cual se pueden realizar las compras con la mayor seguridad y comodidad.

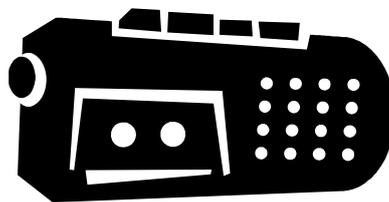
1.9 PRODUCTOS

“MERCACENTRO” esta enfocado a ofrecer a la población del Sector Las Orquídeas y alrededores calidad, competitividad y bajos precios, en la comercialización de productos y servicios que se ofrecerá.

Al ser un centro comercial un establecimiento dirigido a satisfacer un servicio o un intangible, los elementos principales a considerar son:

- Posee una oficina de Administración presta a escuchar y resolver los problemas que se presenten en el almacén,
- Televisores,
- Equipos de Sonido,
- Refrigeradores,
- Grabadoras,
- Lavadoras,
- Microondas,
- Ollas Arroceras,
- Licuadoras,
- Juegos de Comedor,
- Entre otros productos.

PRODUCTOS DEL ALMACÉN





1.10 MISION

Ofrecer un buen servicio y comercialización de sus productos (electrodomésticos) y servicios a la zona noroeste de la ciudad de Cuenca, contribuyendo de esta manera con las clases sociales más necesitadas de los sectores apartados de la ciudad.

1.11 VISION

Ser líderes en el mercado y ofrecer a la población de La Ciudadela Las Orquídeas y sectores aledaños, calidad, competitividad y bajos precios, en la comercialización de productos y servicios en el almacén “Mercacentro”.

CAPITULO II

INVENTARIOS

2.1 DEFINICIONES:

-- Según, Finney - Miller, en su libro "Curso de Contabilidad Intermedia", Tomo II, página 225, se definen los inventarios de una empresa como la compra de artículos en condiciones para la venta. Los Inventarios de mercancía se encuentran en los negocios que tienen ventas al por mayor y al detalle. Estos negocios no alteran la forma de los artículos que adquieren para venderlos.

- Otro concepto fue extraído del boletín No. 1 Principios y Normas Contables sobre la auditoria de los Inventarios del Prof. Maldonado; y dice así: Inventario se usa para nombrar el conjunto de aquellas partidas de bienes muebles tangibles.

El termino inventario encierra los bienes en espera de su venta (las mercancías de una empresa comercial, y los productos terminados de un fabricante), los artículos en proceso de producción y los artículos que serán consumidos directa o indirectamente en la producción. Esta definición de los inventarios excluye los activos a largo plazo sujetos a depreciación, o los artículos que al usarse serán así clasificados.

- Inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio, o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Los inventarios comprenden además de las materias primas, productos en proceso, y productos terminados o mercancías para la venta. La base de toda empresa comercial es la compra y venta de bienes o servicios, he aquí la importancia del manejo del inventario por parte de la misma. Este manejo contable permitirá a la empresa mantener un control oportunamente así como también conocer al final del período

contable un estado confiable de la situación económica y financiera de la empresa.

En una compañía comercial, el inventario consta de todos los bienes propios y disponibles para la venta a los clientes.

El inventario se convierte en efectivo dentro del ciclo operacional de la compañía y, por consiguiente, se considera como un activo corriente. En el balance general, el inventario se relaciona inmediatamente después de las cuentas por cobrar porque es solo un paso más en la conversión a efectivo luego de los efectivos por cobrar de los clientes.

El inventario es un activo al igual que otros activos generalmente se presenta en el balance general a su costo. A medida que se venden artículos de este inventario, sus costos se retiran del balance general y se transfieren al costo de los bienes vendidos, el cual se compensa contra el ingreso de ventas en el estado de resultados. Este flujo de costos se ilustra en el diagrama siguiente.

En un sistema de inventario perpetuo, los asientos en los registros contables se realizan en forma paralela a este flujo de costos. Cuando la mercancía es comprada, su costo (meto de los descuentos permisibles por pago en efectivo) se debita a la cuenta del activo inventario. A medida que la mercancía se vende, su costo se retira de la cuenta inventario y se transfiere a la cuenta costo de los bienes vendidos.

2.2 IMPORTANCIA

En una compañía comercial, el inventario consta de todos los bienes propios y disponibles para la venta a los clientes. El inventario se convierte en efectivo dentro del ciclo operacional de la compañía y, por consiguiente, se considera como un activo corriente. En el balance general, el inventario se relaciona inmediatamente después de las cuentas por cobrar porque es solo un paso

más en la conversión a efectivo luego de los efectivos por cobrar de los clientes.

El inventario es un activo al igual que otros activos generalmente se presenta en el balance general a su costo. A medida que se venden artículos de este inventario, sus costos se retiran del balance general y se transfieren al costo de los bienes vendidos, el cual se compensa contra el ingreso de ventas en el estado de resultados. Este flujo de costos se ilustra en el diagrama siguiente.

En un sistema de inventario perpetuo, los asientos en los registros contables se realizan en forma paralela a este flujo de costos. Cuando la mercancía es comprada, su costo (neto de los descuentos permisibles por pago en efectivo) se debita a la cuenta del activo inventario. A medida que la mercancía se vende, su costo se retira de la cuenta inventario y se transfiere a la cuenta costo de los bienes vendidos.

La valuación del inventario y del costo de los bienes vendidos es de importancia crítica para los gerentes y para los usuarios de los estados financieros. En muchos casos, el inventario es el activo corriente más importante de la compañía, y el costo de los bienes vendidos es su mayor. Estas dos cuentas tienen un efecto significativo en los subtotales de los estados financieros y en las razones utilizadas en la evaluación de la solvencia, así como en la rentabilidad.

Hay diversos métodos aceptables de fijación de precios del inventario y para medir el costo de los bienes vendidos bajo los principios de contabilidad generalmente aceptados. Estos métodos diversos pueden producir resultados significativos diferentes, tanto en los estados financieros de una compañía como en sus declaraciones de renta. Por consiguiente, los gerentes e inversionistas deben entender los efectos usuales de los diferentes métodos de valuación del inventario.

La Contabilidad para los inventarios forma parte muy importante para los sistemas de contabilidad de mercaderías, porque la venta del inventario es el corazón del negocio. El inventario por lo general es el activo mayor en sus

balances generales, y los gastos por inventarios llamados costos de mercancías vendidas son usualmente el gasto mayor en el estado de resultados.

Las empresas dedicadas a la compra y venta de mercancías por ser esta su principal función y a la que dará origen a todas las operaciones restantes necesitaran de una constante información resumida y analizada sobre sus inventarios, lo cual obliga a una apertura de una serie de cuentas principales y auxiliares relacionadas con esos controles.

Entre estas cuentas podemos nombrar las siguientes:

- Inventario Inicial,
- Compras,
- Devoluciones en compras,
- Gastos en compras,
- Ventas,
- Devoluciones en ventas,
- Mercaderías en tránsito,
- Mercaderías en consignación,
- Inventario final.

2.3 REGISTRO DE INVENTARIO:

Las compras de mercadería se registran bajo el método Promedio Ponderado de valuación de inventario.

El inventario es el más costoso que poseen muchas compañías y su costo se puede medir en formas diversas. Al evaluar el desempeño de una organización, una de sus primeras preguntas debe ser ¿Como valoran ellos su inventario?.

Los costos de adquisición pueden variar porque las unidades fueron compradas en fechas diferentes, a proveedores distintos o en cantidades diferentes.

Cuando las unidades idénticas de inventario tienen costos unitarios diferentes, surge una pregunta natural sobre cuales de estos costos se deben utilizar al registrar las transacciones de ventas.

En el sistema periódico, el inventario final y el costo de los bienes vendidos se registran durante los procedimientos de cierre de final de año de la compañía.

2.4 VALORIZACION:

La valuación del inventario y del costo de los bienes vendidos es de importancia crítica para los gerentes y para los usuarios de los estados financieros. En muchos casos, el inventario es el activo corriente mas importante de la compañía, y el costo de los bienes vendidos es su mayor. Estas dos cuentas tienen un efectivo significativo en los subtotales de los estados financieros y en las razones utilizadas en la evacuación de la solvencia, así como en la rentabilidad.

Hay diversos métodos aceptables de fijación de precios del inventario y para medir el costo de los bienes vendidos bajo los principios de contabilidad generalmente aceptados. Estos métodos diversos pueden producir resultados significativos diferentes, tanto en los estados financieros de una compañía como en sus declaraciones de renta. Por consiguiente, los gerentes e inversionistas deben entender los efectos usuales de los diferentes métodos de valuación del inventario.

2.5 CONTABILIZACION DE INVENTARIO:

Para efectuar la contabilización de los inventarios en el sistema periódico se utiliza las siguientes cuentas de mercancías:

- A.-Inventario de Mercadería,
- B.- Compra de Mercaderías,
- C.- Ventas de Mercadería,
- D.- Gastos sobre compra de mercadería,
- E.- Devolución y descuentos en Compras,
- F.- Devolución y Descuentos en ventas.

En este sistema la cuenta de inventario de mercadería solo se mueven al finalizar el periodo contable, cuando se efectúa el inventario físico y se le asigna el valor correspondiente; el inventario inicial se considera como costos del periodo y el inventario final como una reducción de los costos y representa un activo para la empresa. De tal manera que al realizar una compra no se debita inventario de mercaderías sino la cuenta de compras; cuando se vende no se descarga la cuenta de mercancías sino que reutiliza la cuenta de ventas, **ejemplo:**

1.- Por las compras de mercaderías se carga a compras y se abona a cuentas por pagar y /o bancos. Se compra mercaderías a crédito a **Almacenes Juan Eljuri** (dos refrigeradores marca Indurada, tres equipos de sonido Sony, y una cocina Indurama Barcelona) por usd. 2000.00 pagamos usd. 500 con cheque del banco del Austro y el saldo a 30 días, se realiza retención a la fuente del 2%

| FECHA | DESCRIPCION | DEBE | HABER |
|--------|--------------------------------|-----------------|-----------------|
| 5-1-07 | COMPRAS | 2.000.00 | |
| | IVA PAGADO | 280.00 | |
| | a) BANCOS | | 500.00 |
| | CUENTAS POR PAGAR | | 1.740.00 |
| | RETEN. A LA FUENTE RETENIDO | | 40.00 |
| | R. Compra mercadería FAC.1001 | | |
| | Ret. 001 Almacenes Juan Eljuri | | |
| | TOTALES | 2.280.00 | 2.280.00 |

2.- Por las ventas de mercadería se debita a caja y/o cuentas por cobrar y se abona a ventas. Se venden mercaderías (tres equipos de sonido marca Sony MHC-EC55) al contado por usd. 3000.00 al Señor Luís Álvarez, concedemos un descuento del 10% y nos paga con cheque del banco del Pichincha. Nos retienen el 2%

| FECHA | DESCRIPCION | DEBE | HABER |
|---------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| 15-1-07 | CAJA | 3.000.00 | |
| | ANT. RETENCION EN LA FUENTE | 60.00 | |
| | DESC. EN VENTAS | 300.00 | |
| | a) VENTAS | | 3.000.00 |
| | IVA COBRADO | | 360.00 |
| | R. Venta al Sr. Luís Álvarez | | |
| | Ret. 0101 | | |
| | TOTALES | 3.360.00 | 3.360.00 |

3.- Por las compras devueltas se debitan a cuentas por pagar y/ o caja y se acreditan a devoluciones y descuentos en compras.

Devolvemos dos equipos de sonido Sony, y un refrigerador por deficiencias en los productos por un valor de 1.000.00 (neto) a almacenes Juan Eljuri mediante una nota de crédito en este caso hay que descontar el IVA y la retención a la fuente que corresponde.

El asiento será.

| FECHA | DESCRIPCION | DEBE | HABER |
|---------|-----------------------------|-----------------|-----------------|
| 08-1-07 | CUENTAS POR PAGAR PROVEE. | 1.000.00 | |
| | a) DEVOLUCION EN COMPRAS | | |
| | IVA PAGADO | | 892.86 |
| | R. Devolución compra T.1001 | | 107.14 |
| | Mediante NC.002 | | |
| | Totales | 1.000.00 | 1.000.00 |

4.-Por los fletes sobre compra se debita a compras (fletes) y se abona a caja y/o bancos.

Pagamos en efectivo trasporte de mercaderías a Transportes Ortiz por 140.00 incluido el IVA.

| FECHA | DESCRIPCION | DEBE | HABER |
|---------|--------------------------------------|---------------|---------------|
| 01-1-07 | COMPRAS (FLETES) | 125.00 | |
| | IVA PAGADO | 15.00 | |
| | a) CAJA | | 138.75 |
| | RET. FUENTE 1% | | 1.25 |
| | R. Transporte compra de Fact.1001 | | |
| | Totales | 140.00 | 140.00 |

5.- Por las devoluciones en ventas se debita a devoluciones y descuento en ventas y se acredita a cuentas por cobrar o a bancos.

El señor Edison Naranjo nos devuelve mercaderías por un valor usd. 500.00 incluido el IVA.

| FECHA | DESCRIPCION | DEBE | HABER |
|---------|----------------------------------|---------------|---------------|
| 20-1-07 | DEVOLUCION EN VENTAS | 446.43 | |
| | IVA COBRADO | 53.57 | |
| | a) CAJA | | 500.00 |
| | R. Transporte compra de Fac.1001 | | |
| | Totales | 500.00 | 500.00 |

2.6 METODO DE VALORACION DEL INVENTARIO:

Uno de los mayores problemas que se tiene con los inventarios es: Cómo deben valorizarse (o valorar) para obtener una mayor exactitud de ellos, ya que un error en la valorización trae como consecuencia un error en el cálculo de las utilidades o perdidas del periodo.

De acuerdo con los ítems que tiene la empresa y con nuestra moneda fuerte que tenemos, utilizaremos el método mas adecuado Promedio Ponderado, ya que es el mas usual y práctico debido a que los otros métodos como son el LIFO, FIFO ya no son aplicados.

CAPITULO III

EJERCICIO COMPLETO APLICADO A MERCACENTRO

3.1 PROCEDIMIENTO DE LA COMPRA

Como esta empresa esta comenzando a organizarse sugerimos que debe disponer de un departamento de compras, ya que esta íntimamente relacionada con todas las otras actividades del negocio, y es una de las principales funciones de toda empresa comercial.

Este departamento de compras planea en forma adecuada los procedimientos para controlar y registrar en forma efectiva las compras que realizáremos.

- a. Compras excesivas.
- b. Compras por debajo de la capacidad de ventas de la empresa.

Las compras con exceso conllevan a:

- Una inversión de capital que va ha permanecer inmovilizada o improductivo por algún tiempo, que invertir en otra actividad puede producir mayor rentabilidad.
- Un aumento en los gastos por requerir bodegas más amplias y una mayor manipulación.
- Las mercancías se pueden dañar o pasar de moda.
- Los artículos pueden caer en la obsolescencia.

Las compras por debajo de la capacidad de ventas conllevan a

- Menor cantidad en el volumen de ventas y por lo tanto menos utilidades.
- Riesgo de perder clientes por no poder atender sus pedidos con la prontitud requerida.

El control que tenemos para el control de proceso de compras es el siguiente:

1.- Cuando el almacenista observa que un artículo esta llegando a la cantidad mínima elabora una solicitud de compra esta solicitud se elabora con un original y una copia, el original se envía al departamento de compras y el duplicado queda en el archivo del almacén el mismo que ilustro a continuación:

EJEMPLO DE SOLICITUD DE COMPRA

**ALMACENES MERCACENTRO
COMPRAS RAPIDAS Y SEGURAS PARA TODOS
CIUDADELA LAS ORQUIDEAS**

| SOLICITUD DE COMPRA N. 001-001 | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------|
| Al departamento de compras rogamos atender la presente petición de compras para: Existencia en el almacén | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCION | |
| 12 | Licuador Oster 3 velocidades mod. 4655 | |
| Solicitado por: Sr Nicolas Corral | Aprobado por: Ing. Luis Arias | Revizado por: Sr. Delgado |

EJEMPLO DE ORDEN DE PEDIDO

**ALMACENES MERCACENTRO
COMPRAS RAPIDAS Y SEGURAS
CIUDADELA LAS ORQUIDEAS**

| ORDEN DE PEDIDO | | | |
|------------------------------------------------|------------------|-----------------------------|--------------------------|
| | | | PEDIDO N. 001-001 |
| CIUDAD Y FECHA: Cuenca, 02 Febrero 2007 | | | |
| CLIENTE: Ing. Luis Arias | | TELEFONO: 072 898704 | |
| DIRECCION: Ciudadela Las Orquideas | | | |
| PARA DESPACHAR A: Mercacento | | | |
| ARTICULOS | | | |
| | CANTIDAD | PRECIO UNI. | VALOR |
| Licadoras Oster 3 velocidades mod.4625 | 12 | 40.00 | 480.00 |
| valor del pedido | | | 480.00 |
| | | | |
| Fecha de despacho | Vendedor | Forma de pago | Firma del Cliente |
| 15/02/2007 | Sr. Angel Corral | credito | |
| Observaciones | | | |

EJEMPLO DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA.

ALMACENES MERCACENTRO COMPRAS RAPIDAS Y SEGURAS CIUDADELA LAS ORQUIDEAS

| | | |
|-----------------------------|-----------------|----------------------------------------|
| INFORME DE RECEPCION | | No.001-001 |
| Recibido de : Marcimex | | Fecha: 15-2-07 |
| Orden de Compra | | No. 001-001 |
| bulto No. | Cantidad | Descripción |
| 0,6 | 12 unidades | Licadora Oster 3 velocidades ref. 4655 |
| OBSERVACIONES | | SITUACION DEL MATERIAL |
| Recibido en buen estado | | Seccion: electrodomesticos |
| | | Estante: 3 |
| Revizado por: | | Aprobado: |
| Diego Delgado | | Ing. Luis Arias |

3.2 INVENTARIO FÍSICO DE MERCADERÍA

La característica básica del sistema de inventario perpetuo es que la cuenta inventario se actualiza continuamente para todas las compras y ventas de mercancía. Cuando se realiza un inventario físico, la gerencia utiliza el mayor de inventario para determinar, con base en cada producto, si el inventario disponible corresponde al monto indicado en el mayor auxiliar de inventarios. Con el tiempo, el desgaste normal del inventario generalmente ocasiona algunas discrepancias entre las cantidades de mercancía que aparecen en los registros de inventario y las cantidades realmente disponibles. El desgaste de inventario se refiere a las disminuciones no registradas en el inventario resultante de factores tales como rompimiento, daño, robo por parte de empleados y hurto en el almacén.

Con el fin de asegurar la precisión de sus registros de inventarios permanece, la mayoría de los negocios realiza un conteo físico completo de la mercancía disponible, al menos una vez al año.

Este procedimiento se llama realización de inventario físico y generalmente se realiza hacia finales del año.

Una vez se ha determinado la cantidad de mercancía disponible mediante un conteo físico, se utilizan los costos por unidad en las cuentas del mayor del inventario para determinar el costo total del inventario. La cuenta de control de inventario y las cuentas de inventario en el mayor auxiliar se ajustan luego a las cantidades y montos en dólares indicados por el inventario físico.

Para ilustrar, suponga que la cuenta de control de inventario al final del año y el mayor auxiliar de inventario de la tienda de las grabadoras muestra un

inventario con un costo de 714.12. Un conteo físico, sin embargo, revela faltantes de parte de la mercancía que aparece enumerada en los registros contables; los reglones disponibles actualmente tienen un costo total de 750.00

La tienda de las grabadoras haría el siguiente asiento de ajuste para corregir su cuenta de control de inventario:

| FECHA | DESCRIPCION | DEBE | HABER |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|
| 01/06/2007 | Costo de Ventas a) Inventario P/R para ajustar los registros de inventario perpetuo de manera que reflejen los resultados del conteo físico. | 35.85 | 35.85 |
| | TOTAL | 35.85 | 35.85 |

La tienda de las grabadoras también ajustara las cuentas apropiadas en su mayor auxiliar de inventario para reflejar las cantidades indicadas por el conteo físico.

Cantidades razonables de desgaste de inventario se consideran como un costo normal de hacer negocios y se debitan simplemente a la cuenta del costo de los bienes vendidos, como se ilustra arriba.

| INVENTARIO DE MERCADERÍAS | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------------|-----------------|--------------|--------------|----------------|
| ALMACEN "MERCACENTRO" | | | | | |
| COD. BARRA | DESCRIPCION | DESPACHO | SALDO | COSTO | P.VENTA |
| 10000021 | SECADORA PARA CABELLO 1600W SBPC30N1 | UNIDAD | 5 | 16.90 | 22.53 |
| 10000022 | RADIO C/CD COBY CXCD248 | UNIDAD | 3 | 30.38 | 40.50 |
| 10000023 | PLANCHA ELECTRICA DR-2038 110V 60HZ | UNIDAD | 4 | 11.24 | 14.99 |
| 10000024 | RADIOGRABADORA ECASA GW 380 | UNIDAD | 2 | 28.61 | 38.15 |
| 10000025 | CAFETERA WESTBEND ELECTRICA WEST-580 | UNIDAD | 5 | 41.40 | 55.20 |
| 10000026 | ESPRIMIDOR DE CITRICOS OSTER | UNIDAD | 4 | 28.13 | 37.50 |
| 10000027 | LICUADORA OSTER 4655 3 VELOCIDADES | UNIDAD | 6 | 41.85 | 55.80 |
| 10000028 | BATIDORA PEDESTAL 2390 GRANDE OSTER | UNIDAD | 3 | 84.90 | 113.20 |
| 10000029 | BATIDORA PEDESTAL 2602-12 OSTER | UNIDAD | 4 | 37.13 | 49.50 |
| 10000030 | EXTRACTOR OSTER 3169-12 | UNIDAD | 2 | 44.93 | 59.90 |
| 10000031 | SANDUCHERA OSTER 3850-12 | UNIDAD | 5 | 16.58 | 22.10 |
| 10000032 | LICUADORA OSTER 812-041 3 VELOCIDADES VEN | UNIDAD | 6 | 59.51 | 79.35 |
| 10000033 | CAFETERA OSTER 3291 | UNIDAD | 4 | 19.58 | 26.10 |
| 10000034 | PLANCHA OSTER 5002-012 | UNIDAD | 7 | 15.00 | 20.00 |
| 10000035 | LICUADORA OSTER 4090-812-041 3 VELOCIDADES | UNIDAD | 5 | 58.95 | 78.60 |
| 10000036 | OLLA ARROCERA OSTER 4730-12TZS | UNIDAD | 7 | 38.40 | 51.20 |
| 10000037 | OLLA ARROCERA OSTER 4728-7TZS | UNIDAD | 6 | 31.88 | 42.50 |
| 10000038 | OLLA ARROCERA OSTER 4729-10TZS | UNIDAD | 5 | 35.25 | 47.00 |
| 10000039 | TELEVISOR SAMSUNG 21" CL-21M16 | UNIDAD | 4 | 206.10 | 274.80 |
| 10000040 | TELEVISOR SAMSUNG 29" Q29M16MQ | UNIDAD | 2 | 448.73 | 598.30 |
| 10000041 | OLLA REMOV. LENTA 6LT 1320 | UNIDAD | 6 | 40.64 | 54.18 |
| 10000042 | TOSTADOR ELECTRICO B&D T202D | UNIDAD | 5 | 18.19 | 24.25 |
| 10000043 | CAFETERA B&D DCM1300D-12TZS | UNIDAD | 3 | 23.63 | 31.50 |
| 10000044 | CAFETERA B&D ACERO INOXIDABLE 30TZS 507928 | UNIDAD | 4 | 34.35 | 45.80 |
| 10000045 | MINICOMPONENTE SHARP MONSTER 8000W | UNIDAD | 2 | 356.70 | 475.60 |
| 10000046 | MINICOMPONENTE SHARP CDM5000W-CPM5000 | UNIDAD | 2 | 227.40 | 303.20 |
| 10000047 | MICROHONDA SHARP R211HLW 0.8LT | UNIDAD | 3 | 74.99 | 99.98 |
| 10000048 | DVD DAEWOO MP3 MULTIZONE DGK23 | UNIDAD | 4 | 89.84 | 119.78 |
| 10000049 | JUEGO ELECTRICO SUPERMAN PS1/B2 | UNIDAD | 3 | 12.00 | 16.00 |
| 10000050 | SECADORA PARA CABELLO SUMBEAM 1600W | UNIDAD | 5 | 14.40 | 19.20 |
| 10000051 | COCINA INDURAMA ASIS SPAZIO 2BL | UNIDAD | 2 | 215.55 | 287.40 |
| 10000052 | EQUIPO JVC CON PARLANTES CA-S500 | UNIDAD | 3 | 253.67 | 338.23 |
| 10000053 | RADIOGRABADORA SANYO CON CD MCD-Z3 | UNIDAD | 3 | 105.60 | 140.80 |
| 10000054 | RADIOGRABADORA SANYO CON CD MCH-900 | UNIDAD | 6 | 119.24 | 158.98 |

| | | | | | |
|----------|-------------------------------------------|--------|---|--------|--------|
| 10000055 | TELEVISOR SONY VEGA 21" | UNIDAD | 3 | 267.19 | 356.25 |
| 10000056 | BATIDORA INSTAMATIC 6VELOCIDADES FS-HB902 | UNIDAD | 2 | 46.73 | 62.30 |
| 10000057 | TELEVISOR PANDA COLOR 14" CB1499A | UNIDAD | 3 | 97.50 | 130.00 |
| 10000058 | TELEVISOR SHARP COLOR 25" R7C 26MRTO | UNIDAD | 2 | 322.71 | 430.28 |
| 10000059 | SISTEMA DE SONIDO SAMSUNG MAX 460 C/R | UNIDAD | 1 | 261.90 | 349.20 |
| 10000060 | RADIO C/CD COBY CXCD248 | UNIDAD | 2 | 35.85 | 47.80 |
| 10000061 | COCINETA FLAMA 4 QUEMADORES SIN/TAPA | UNIDAD | 2 | 26.85 | 35.80 |
| 10000062 | RADIOGRABADORA SANYO CON CD MCD-Z31 | UNIDAD | 3 | 96.67 | 128.89 |
| 10000063 | EQUIPO SHARP 1CD CMS- R260 | UNIDAD | 2 | 188.48 | 251.30 |
| 10000064 | LAMPARA DE MESA 21.5X11 LS-WT00 | UNIDAD | 2 | 16.50 | 22.00 |
| 10000065 | MAQUINA DE COSER "LISA" JA2-2 CON MUEBLE | UNIDAD | 1 | 63.41 | 84.54 |
| 10000066 | MAQUINA DE COSER "LISA" CON MOTOR | UNIDAD | 1 | 72.74 | 96.98 |
| 10000067 | SECADORA PARA CABELLO INSTAMATIC 110V | UNIDAD | 4 | 9.74 | 12.98 |
| 10000068 | RADIO CASSET AM/FM STEREO CXR45 | UNIDAD | 3 | 7.69 | 10.25 |
| 10000069 | FASHION MUSIC MP3 PLAYER | UNIDAD | 2 | 34.35 | 45.80 |
| 10000070 | TOCADISCOS SONY | UNIDAD | 1 | 29.63 | 39.50 |
| 10000071 | LICUADORA PREMIER ED-0078 | UNIDAD | 2 | 16.19 | 21.58 |
| 10000072 | MINICOMPONENTE INSTAMATIC DVCD/CD/MP3 | UNIDAD | 3 | 96.00 | 128.00 |
| 10000073 | TELEVISOR CENTURY COLOR R/C 14 P | UNIDAD | 4 | 93.19 | 124.25 |
| 10000074 | TELEVISOR CENTURY COLOR R/C 21 P | UNIDAD | 2 | 181.89 | 242.52 |
| 10000075 | MINICOMPONENTE AKITA KS-V68 VCD-CD-MP3 | UNIDAD | 2 | 119.40 | 159.20 |
| 10000076 | RADIO DE CARRO ACOUSTIC CON DVD MP-5018 | UNIDAD | 4 | 187.50 | 250.00 |
| 10000077 | LAMPARA DE MESA CON FOCO MT5003 | UNIDAD | 4 | 10.13 | 13.50 |
| 10000078 | LAVADORA FRIGIDAIRE 3.0P FWS1233FS | UNIDAD | 1 | 448.09 | 597.45 |
| 10000079 | GAFAS RAY-BAN MP3 2GB | UNIDAD | 6 | 52.13 | 69.50 |
| 10000080 | DVD-018 LG PEQUEÑO | UNIDAD | 2 | 49.35 | 65.80 |
| 10000081 | MINICOMPONENTE SANYOC 2C DC-X850 | UNIDAD | 3 | 139.43 | 185.90 |
| 10000082 | EQUIPO JVC CA-C300 C/PARLANTES | UNIDAD | 2 | 218.66 | 291.55 |
| 10000083 | RADIOGRABADORA ECASA GW 389 | UNIDAD | 3 | 36.45 | 48.60 |
| 10000084 | DVD GLOBAL G40002-4 | UNIDAD | 3 | 46.50 | 62.00 |
| 10000085 | REPRODUCTOR DE CDS JVC | UNIDAD | 2 | 104.48 | 139.30 |
| 10000086 | OLLA LENTA INSTAMATIC 3.5LT NSC-350 | UNIDAD | 5 | 22.91 | 30.55 |
| 10000087 | GRABADORA SANYO 6 DISCOS | UNIDAD | 5 | 112.13 | 149.50 |
| 10000088 | PLANCHA ELECT. ANTI-ADH. 110V/60HZ YPF- | UNIDAD | 3 | 11.39 | 15.18 |
| 10000089 | COMEDOR JGO.P/4 5PZS.ZF00033 SILLAS VER | UNIDAD | 2 | 112.65 | 150.20 |
| 10000090 | COMEDOR JGO.P/4 5PZS.ZF0007 SILLAS AZU | UNIDAD | 2 | 103.95 | 138.60 |
| 10000091 | COMEDOR JGO.P/45PZS.ZF0010 SILLAS CRE | UNIDAD | 2 | 120.67 | 160.89 |

| | | | | | |
|----------|---------------------------------------------|--------|---|--------|--------|
| 10000092 | COMEDOR JGO.P/45PZS .ZF0783 SILLAS/MAD | UNIDAD | 2 | 95.18 | 126.90 |
| 10000093 | SISTEMA DE SONIDO SCM 9100 C/R 000 SANSU | UNIDAD | 3 | 216.75 | 289.00 |
| 10000094 | MINICOMPONENTE C/ PRL GX-5 YAMAHA | UNIDAD | 2 | 409.65 | 546.20 |
| 10000095 | HORNO CAFETERA SARTEN PANA GENERAL KT-30 | UNIDAD | 4 | 34.69 | 46.25 |
| 10000096 | VIDEO GRABADORA HR-J4004 UM JVC | UNIDAD | 2 | 66.00 | 88.00 |
| 10000097 | SANDUCHERA 2PAN INSTAMATIC FS-SM021 | UNIDAD | 5 | 17.40 | 23.20 |
| 10000098 | TOSTADOR INSTAMATIC 110V 60HZ S-TRO2 | UNIDAD | 5 | 11.25 | 15.00 |
| 10000099 | CALEFON INSTAMATIC 20LT. JUMBO GO-179 | UNIDAD | 2 | 146.99 | 195.98 |
| 10000100 | WAFLETA 4 DIV.ISTAMATIC FS-CG120 | UNIDAD | 4 | 27.75 | 37.00 |
| 10000101 | HORNO DE CASA ELITE | UNIDAD | 2 | 124.73 | 166.30 |
| 10000102 | ESTUFA ELECTRICA 601-01748 | UNIDAD | 3 | 23.25 | 31.00 |
| 10000103 | ESTUFA ELECTRICA 601-01751 COOKING PLATE | UNIDAD | 2 | 15.38 | 20.50 |
| 10000104 | RADIOGRABADORA DAEWOO TP-5016G CD R/RW | UNIDAD | 3 | 65.24 | 86.98 |
| 10000105 | PANASONIC TELEFONO KT-TS500L | UNIDAD | 3 | 15.62 | 20.83 |
| 10000106 | COLCHON MALIBU 1PL1/2 | UNIDAD | 6 | 51.00 | 68.00 |
| 10000107 | COLCHON MALIBU 2PLZ | UNIDAD | 5 | 74.24 | 98.98 |
| 10000108 | COLCHON NOVOSUEÑO DE 1PL1/2 | UNIDAD | 6 | 34.02 | 45.36 |
| 10000109 | COLCHON NOVOSUEÑO 2PLZ | UNIDAD | 4 | 43.69 | 58.25 |
| 10000110 | MINICOM DVD SAMSUNG MAX -PS-WCD 950T/XA | UNIDAD | 3 | 432.00 | 576.00 |
| 10000111 | GRABADORA DAEWOO T-502AG MP3 CR CASETER | UNIDAD | 4 | 37.69 | 50.25 |
| 10000112 | PLANCHA ELECT ANTI-ADH YPF-502 | UNIDAD | 5 | 11.25 | 15.00 |
| 10000113 | SARTEN ELECTRICO 32CM HT-116B-2 110V/60H | UNIDAD | 2 | 23.40 | 31.20 |
| 10000114 | TV PANDA COLOR 21 " MODELO CB2199 | UNIDAD | 2 | 178.16 | 237.54 |
| 10000115 | HORNO ELECTRICO ALESA OV-101 19039 | UNIDAD | 3 | 25.88 | 34.50 |
| 10000116 | PLANCHA ELCT. ANTI-ADH. 110V/60HZ YPF-503 | UNIDAD | 4 | 13.50 | 18.00 |
| 10000117 | PLANCHA ELECT. AC.INOX.110V/60HZ YPF-518 | UNIDAD | 4 | 13.50 | 18.00 |
| 10000118 | TELEVISOR ULTRASONIC B/N R.506R.C.RADIO | UNIDAD | 3 | 24.08 | 32.10 |
| 10000119 | COLCHON DYNASTIC "SUEÑO TOTAL " 2 PLAZAS | UNIDAD | 3 | 74.24 | 98.98 |
| 10000120 | LAMPARA PULPO SICODELICA QL-183/ DI | UNIDAD | 2 | 14.18 | 18.90 |
| 10000121 | LAMPARA PULPO SICODELICA QL-186/2154 | UNIDAD | 2 | 15.00 | 20.00 |
| 10000122 | PARRILLA BARBECUE TOOLS 22018D | UNIDAD | 1 | 16.88 | 22.50 |
| 10000123 | CAFETERA ELECTRICA 1.7L INSTANTEMATIC DMK-1 | UNIDAD | 2 | 14.85 | 19.80 |
| 10000124 | CAFETERA ELECTRICA ISNTAMATIC 110V/60HZ | UNIDAD | 3 | 14.18 | 18.90 |
| 10000125 | CAFETERA ELEC INSTANTEMATIC 5EN1 KT-501Z | UNIDAD | 2 | 37.69 | 50.25 |
| 10000126 | LICUADORA INSTAMATIC V/PLUS 999E 110V-60 | UNIDAD | 4 | 11.92 | 15.89 |
| 10000127 | CAFETERA ELEC .12 TZS INSTAMATIC FS-CM81 | UNIDAD | 2 | 12.90 | 17.20 |
| 10000128 | DVCD / VCD / CD / MP3 / PLAYER SILVER MAX | UNIDAD | 4 | 44.25 | 59.00 |

| | | | | | |
|----------|----------------------------------------|--------|---|--------|--------|
| 10000129 | SARTEN ELECTRICO MULTI FUNTION / PAN | UNIDAD | 2 | 14.10 | 18.80 |
| 10000130 | RADIO MINI AM/FM CX 71 SVR | UNIDAD | 1 | 6.75 | 9.00 |
| 10000131 | RADIO MNI AM/FM CX71 BLUE | UNIDAD | 1 | 6.44 | 8.59 |
| 10000132 | RADIO MINI RED | UNIDAD | 1 | 5.99 | 7.99 |
| 10000133 | RADIO MINI POCKET ORANGE | UNIDAD | 1 | 6.15 | 8.20 |
| 10000134 | RADIO AM/FM SPORT BAND CX84 | UNIDAD | 1 | 6.00 | 8.00 |
| 10000135 | CD PLAYER COBY CX-CD232 | UNIDAD | 2 | 30.75 | 41.00 |
| 10000136 | DISMAN PERSONAL PORTABLE AM/FM CX-CD2 | UNIDAD | 2 | 42.75 | 57.00 |
| 10000137 | GRABADORA COBY MODL. CX-CD 250 | UNIDAD | 2 | 44.85 | 59.80 |
| 10000138 | MINIORTABLE AM/FM CX-CD 400 | UNIDAD | 1 | 74.10 | 98.80 |
| 10000139 | GRABADORA COBY REDONDA | UNIDAD | 2 | 35.48 | 47.30 |
| 10000140 | TELEFONO COBY CTP 720 | UNIDAD | 3 | 11.85 | 15.80 |
| 10000141 | TELEFONO COBY 13 MEM. | UNIDAD | 3 | 12.45 | 16.60 |
| 10000142 | RADIO RELOJ ALARMA AM/FM CRA 48 GRY | UNIDAD | 1 | 7.50 | 10.00 |
| 10000143 | RADIO RELOJ ALARMA COBY AM/FM CD | UNIDAD | 1 | 9.90 | 13.20 |
| 10000144 | RADIO PORTABLE FLAT SCREEM LCD TV 7 | UNIDAD | 1 | 44.25 | 59.00 |
| 10000145 | DVD PORTATIL COBY 7307 V-ZON | UNIDAD | 2 | 196.50 | 262.00 |
| 10000146 | TELEVISOR 5 PLG. BLANCO/ NEGRO COBY | UNIDAD | 1 | 23.85 | 31.80 |
| 10000147 | TELEVISOR 5PLG. BLANCO/NEGRO CD PLAYER | UNIDAD | 3 | 61.13 | 81.50 |
| 10000148 | SECADORA PARA CABELLO REVLON 1600W | UNIDAD | 4 | 17.25 | 23.00 |
| 10000149 | SECADORA PARA CABELLO REVLON 1875W | UNIDAD | 3 | 25.50 | 34.00 |
| 10000150 | SARTEN ELECT. TAPA VIDRIO 110V | UNIDAD | 4 | 18.98 | 25.30 |
| 10000151 | REFRIGERADORA INDURAMA RI-350 SPAZIO | UNIDAD | 2 | 360.00 | 480.00 |
| 10000152 | REGRIGARADORA INDURAMA RI-280 SPAZIO | UNIDAD | 3 | 302.85 | 403.80 |
| 10000153 | REFRIGERADORA GLOBAL RG 10AF FROST | UNIDAD | 2 | 292.50 | 390.00 |
| 10000154 | COCINA CG 24 TUR 4Q-V | UNIDAD | 2 | 139.88 | 186.50 |
| 10000155 | COCINA GLOBAL CG24 MADRID 4 QUEMADORES | UNIDAD | 2 | 158.25 | 211.00 |
| 10000156 | COCINA BARCELONA SPA-V | UNIDAD | 2 | 180.45 | 240.60 |
| 10000157 | OLLA INDALUM | UNIDAD | 3 | 1.65 | 2.20 |
| 10000158 | OLLA INDALUM | UNIDAD | 3 | 2.10 | 2.80 |
| 10000159 | OLLA INDALUM | UNIDAD | 2 | 2.40 | 3.20 |
| 10000160 | OLLA INDALUM | UNIDAD | 2 | 2.85 | 3.80 |
| 10000161 | OLLA INDALUM | UNIDAD | 3 | 3.08 | 4.10 |
| 10000162 | PAILA BORDEADA N30 I. X575051 | UNIDAD | 1 | 1.58 | 2.10 |
| 10000163 | HORNO TOSTADOR INDURAMA | UNIDAD | 2 | 67.50 | 90.00 |
| 10000164 | TRA SALSERA 2PZS. 64400/300 | UNIDAD | 5 | 4.65 | 6.20 |
| 10000165 | RADIOCASSETTE JVC PC-CX50BK CON CD | UNIDAD | 4 | 117.98 | 157.30 |

| | | | | | |
|----------|--------------------------------------------|--------|--------------|------------------|------------------|
| 10000166 | ANTENA TV CABLE 3C-2V CNA-880TG | UNIDAD | 4 | 9.00 | 12.00 |
| 10000167 | OLLA DE PTRESION ALUMINIUM 26CCCCM 9LTS. | UNIDAD | 5 | 25.50 | 34.00 |
| 10000168 | ANTENA TV CABLE 43X34X67 CM - WA 10000TG | UNIDAD | 4 | 10.13 | 13.50 |
| 10000169 | RADIOGRABADORA PHILIPS CD Y CASETERA | UNIDAD | 3 | 52.50 | 70.00 |
| 10000170 | COMPACT DISC PLAYER WITH MP3 | UNIDAD | 2 | 44.03 | 58.70 |
| 10000171 | MINICOM/DVD SAMSUNG MAX DC-640T | UNIDAD | 2 | 271.88 | 362.50 |
| 10000172 | DVD PLAYER SAMSUNG P26 | UNIDAD | 3 | 81.75 | 109.00 |
| 10000173 | MINICOMP. SAMSUNG MAXC-550 | UNIDAD | 3 | 203.48 | 271.30 |
| 10000174 | DVD SAMSUNG P250K | UNIDAD | 2 | 82.73 | 110.30 |
| 10000175 | MINI. COMPONENTE DVD CD WINDOWS MP3 | UNIDAD | 4 | 1.79 | 2.39 |
| 10000176 | OLLA ARROCERA 1.5 LTS. RC-8 | UNIDAD | 5 | 18.75 | 25.00 |
| 10000177 | OLLA ARROCERA 1.8 LTS. RC-10 | UNIDAD | 6 | 24.00 | 32.00 |
| 10000178 | OOLLA ARROCERA 1.8 CON VAPORIZADORA | UNIDAD | 4 | 28.50 | 38.00 |
| 10000179 | TV PANDA COLOR 29 PLG. MODELO CB2905 | UNIDAD | 5 | 49.76 | 66.35 |
| 10000180 | TV PANASONIC PANDA 29PLG. GRIS CB 2999 | UNIDAD | 2 | 261.83 | 349.10 |
| 10000181 | OLLA ARROCERA INSTAMATIC 1.8 LTS. | UNIDAD | 5 | 18.74 | 24.98 |
| 10000182 | OLLA ARROCERA INSTAMATIC 2.8 LTS. | UNIDAD | 4 | 27.15 | 36.20 |
| 10000183 | COLCHON SONATA 2 PLZ. 135X23 | UNIDAD | 6 | 105.00 | 140.00 |
| 10000184 | COLCHON SONATA 1 1/2 PLZ. | UNIDAD | 5 | 68.25 | 91.00 |
| 10000185 | COLCHON RESORPEDIC -CONFORPEDIC 2 PLZ. | UNIDAD | 4 | 142.50 | 190.00 |
| 10000186 | COLCHON RESORPEDIC -CONFORPEDIC 1 1/2 PLZ. | UNIDAD | 5 | 107.25 | 143.00 |
| 10000187 | COLCHON SUEÑO TOTAL 2 PLZ. | UNIDAD | 6 | 74.24 | 98.99 |
| 10000188 | COLCHON SUEÑO TOTAL 1 1/2 PLZ. | UNIDAD | 4 | 59.24 | 78.99 |
| 10000189 | CAMA 2 PLZ | UNIDAD | 4 | 120.00 | 160.00 |
| | | | TOTAL | 13,459.04 | 17,945.38 |

Mercacentro es una entidad que esta empezando abrir sus puertas en el mercado de la ciudad de Cuenca, por lo cual me he propuesto a que sus productos posean un código de seguridad, y a su vez ingresar en el sistema de cómputo para tener un control riguroso y efectivo de los mismos, utilizando las respectivas tarjetas de kárdex para cada artículo que posee el almacén.

3.3 METODO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO:

Cuando un método de costo promedio esta en aplicación, el costo promedio de todas las unidades en inventario se calcula después de cada compra. Este costo promedio se calcula dividiendo el costo total de los bienes disponibles para la venta por el número de unidades en inventario. Puesto que el costo promedio puede cambiar después de cada compra, a este método se le conoce también como promedio móvil.

Para registrar el costo de 40 Grabadoras para el agasajo navideño vendido a la Constructora Ríos & Asociados. El costo se determina mediante el Método del Costo Promedio.

(El asiento para reconocer el ingreso de ventas por USD.2200.00 permanece igual, independientemente del método de inventario en aplicación. Por consiguiente, no se repetirá este asiento en las ilustraciones de los demás supuestos de flujo).

Cuando el método de costo promedio está en aplicación, el mayor auxiliar de inventario se modifica ligeramente con respecto al formato. En seguida de la venta del 1 de julio, la tarjeta del mayor auxiliar de la Compañía Ríos & Asociados del Total para las grabadoras aparecerá de la siguiente manera, modificada para mostrar el costo unitario promedio:

3.4 ILUSTRACION

Observe que la columna del Costo unitario para compras aún muestra los costos unitarios reales \$18.75 y \$ 19.50 Las columnas del Costo unitario relaciones con ventas y con el inventario restante muestran el costo unitario promedio ($\$ 714.12 \text{ total} / 38 \text{ unidades} = \$ 18.79$). Puesto que todas las unidades son valoradas a este mismo promedio, el inventario solamente tiene una capa de costos.

Bajo el supuesto de costo promedio, se asigna el mismo costo por unidad (el costo promedio) a todos los artículos en el inventario. Por lo tanto, no importa qué unidades vendidas; el costo de los bienes vendidos se basa siempre en el costo unitario promedio actual. Al vender una grabadora el 1 de julio, el costo de los bienes vendidos es \$ 2.200; si se vendieran cuatro grabadoras en esta fecha, el costo de los bienes vendidos sería \$ 72.00 (4 unidades x \$ 18.00 por unidad).

3.5 EFECTOS DE UN ERROR EN LA VALUACION DEL INVENTARIO FINAL:

A manera de ilustración suponga que algunos reglones de mercancía en el inventario de una compañía pasan inadvertidos durante el conteo físico del final del año. Como resultado de este error, el inventario final estará subestimado. Los costos de la mercancía no contada serán transferidos erróneamente fuera de la cuenta Inventario e incluidos en le costo de los bienes vendidos. Esta sobrestimación del costo de los bienes vendidos genera, a su vez, una subestación de la utilidad bruta y neta.

CAPITULO IV

TECNICAS DE ADMINISTRACION DE INVENTARIOS

4.1 EL METODO ABC EN LOS INVENTARIOS

Mercacentro es una empresa que emplea el sistema llamado ABC divide su inventario en tres grupos: A, B, y C.

En el grupo A se ha concentrado la máxima inversión como es el caso de refrigeradores, y televisores.

En el grupo B esta formado por los artículos que siguen a los más sobresalientes en cuanto a la magnitud de la inversión, tal es el caso de equipos de sonido y mini componentes.

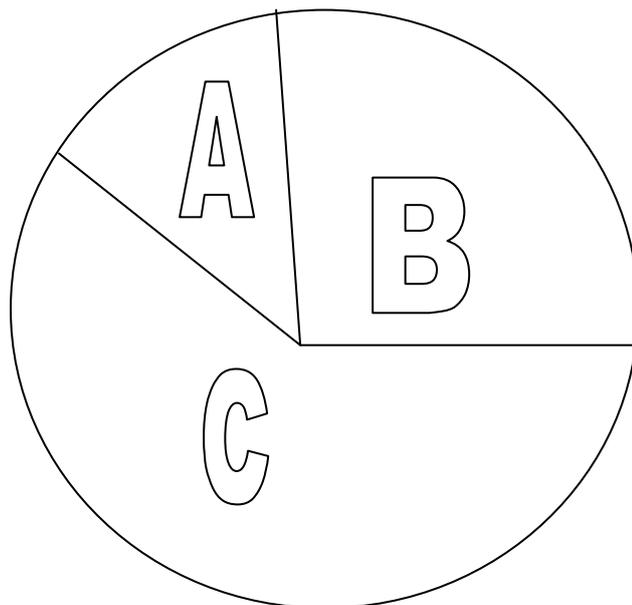
En el grupo C lo componen en su mayoría una gran cantidad de productos que solo requieren de una pequeña inversión, como son grabadoras, licuadoras, planchas entre otros. Los productos que abarcan el grupo A deben tener un control más minucioso debido a la magnitud de inversión comprendida, en tanto que los productos de los grupos B y C estarán sujetos a procedimientos de control menos estrictos.

El Método ABC consiste en efectuar un análisis de los inventarios estableciendo capas de inversión o categorías con objeto de lograr un mayor control y atención sobre los inventarios, que por su número y monto merecen una vigilancia y atención permanente.

El análisis de los inventarios es necesario para establecer 3 grupos el A, B y C. Los grupos deben establecerse con base al número de partidas y su valor. Generalmente el 80% del valor del inventario está representado por el 20% de los artículos y el 80% de los artículos representan el 20% de la inversión.

Los artículos A incluyen los inventarios que representan el 80% de la inversión y el 20% de los artículos, en el caso de una composición 80/20. Los artículos B, con un valor medio, abarcan un número menor de inventarios que los artículos C de este grupo y por último los artículos C, que tienen un valor reducido y serán un gran número de inventarios.

Este sistema permite administrar la inversión en 3 categorías o grupos para poner atención al manejo de los artículos A, que significan el 80% de la inversión en inventarios, para que a través de su estricto control y vigilancia, se mantenga o en algunos casos se llegue a reducir la inversión en inventarios, mediante una administración eficiente.



- A.- Refrigeradoras, Televisores, Equipos de Sonido,
- B.- Mini componentes, DVD, Microondas
- C.- Planchas, licuadoras, ollas arroceras, ollas de presión

4.2 LOTE ECONOMICO DE PEDIDO

Mercacentro utiliza un modelo básico de cantidad económico de pedido, el mismo que nos permite determinar la cantidad de pedido. Este sistema puede utilizarse para controlar los productos del grupo A, es decir los que tienen una mayor magnitud en la inversión, pues toma en consideración diversos costos operacionales y financieros y determina la cantidad de pedido que minimiza los costos de la inversión total. El estudio de este modelo abarca.

4.3 ILUSTRACIÓN

La empresa “Mercacentro” tiene un stock mínimo de existencias de diez a veinte productos en bodega del almacén, debido a que su precio es muy alto, así como también el almacenaje significa un costo o como también pueden caer en la obsolescencia. Sus principales productos o ítems son: refrigeradores, equipos de sonido, televisores, grabadoras, ollas arroceras, entre otros. Los productos que más vende el almacén son televisores y equipos de sonido con una venta aproximada de cuatro ítems por semana.

El pedido de reposición que hace el almacén es ágil, tarda cinco días hábiles desde la aprobación del pedido, esto se debe a que nuestros proveedores son de la misma ciudad. En el supuesto caso de incumplimiento del lapso normal que es muy esporádicamente se añade el 10% a la cantidad mínima de la siguiente manera.

Existencia de cantidad mínima **20 unidades**

(4 televisores * 5 días hábiles del período)

Mas el 25% de 20 unidades 5

Existencia de cantidad máxima **25 unidades**

En virtud de dos días promedio de atraso en relación a los cinco días hábiles significa el 10%, por lo tanto es necesario determinar los porcentajes de eventualidades especialmente para los principales productos del almacén como son los televisores y equipos de sonido.

Una vez conocida la cantidad mínima y la máxima, se puede decir que el Lote Económico de Pedido es cualquier cantidad intermedia entre las existencias mínima y máxima, que para el ejemplo anterior se ubicará entre 20 y 25, pudiendo ser 22, 23 o cualquier otra cantidad que se ubique dentro del intervalo de 20 a 50.

4.4 COSTOS DE MANTENIMIENTO DE INVENTARIO

Estos son los costos variables por unidad resultantes de mantener un artículo de inventario durante un período específico. En estos casos se formulan en términos de unidades monetarias por unidad y por período. Los costos de este tipo representan elementos como costos de almacenaje, costo de seguro, de deterioro, de obsolescencia, y el más importante el costo de oportunidad, que surge al inmovilizar fondos de la empresa en el inventario.

4.5 COSTOS TOTALES

Se define como la suma del costo del pedido y el costo de inventario. En el modelo Cantidad Económica de Pedido el costo total es muy importante ya que su objetivo es determinar el monto pedido que le minimice.

Se puede decir que constituye cualquier cantidad intermedia entre las existencias mínima y máxima. Lo importante del Lote Económico de Pedido radica en la cotización de cantidades escalares comprendida entre la existencia mínima y máxima, observando intervalos proporcionales.

La cotización por cantidades escalares posibilita la determinación del lote económico mas conveniente y a menor costo unitario para la empresa.

Esto se consigue mediante concurso de oferta requerido a varios proveedores, en función de precios unitarios y de costos adicionales de carácter fijo como: impuestos, tasas, u otros; o de comportamiento variable como: gastos de transporte, seguros, carga y otros de manipulación de las mercaderías hasta la ubicación en el almacén o bodegas, de acuerdo con las bases diseñadas por el comprador que incluyen formas de pago y financiamiento, plazos de entrega, multas por atrasos y garantías para el cumplimiento de las provisiones periódicas de contrato, durante un lapso que puede ser de un año o por el tiempo que la entidad estipule conveniente asegurar al aprovisionamiento.

Adicionalmente es conveniente recabar a los proveedores su identificación de productor o intermediario, la sustentación legal de la entidad a la que representa, los años de actividad y su domicilio principal, referencia bancarias y de otros compradores, y los estados de situación y resultados certificados o auditados, y otros datos que permitan la selección de los proveedores de mayor solvencia y consistencia a efectos de evitar futuros problemas de cualquier índole.

TRATAMIENTOS DE LOS RIESGOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

4.6 ADMINISTRACION DE RIESGOS

Es un conjunto de acciones llevadas a cabo en forma estructurada e integral, que permite a las organizaciones identificar y evaluar los riesgos que puedan afectar el cumplimiento de sus objetivos, con el fin de emprender en forma efectiva las medidas necesarias para responder ante ellos.

La administración de riesgos son directrices o lineamientos generales que emite la alta dirección de una compañía, con el fin de orientar al personal en la toma de decisiones respecto de la Administración de riesgos.

4.7 RIESGO

CONCEPTO.- Es la posibilidad de ocurrencia de cualquier evento externo o interno que puede afectar a una empresa, ocasionándole pérdidas que disminuyen la capacidad para lograr sus objetivos estratégicos y generar valor para sus accionistas, dueños, grupos de interés y beneficiarios.

Risicar es un método estructurado, el cual facilita la identificación, calificación, y evaluación de todo tipo de riesgo y el diseño de medidas de tratamiento.

Su aplicación se extiende a compañías de diferentes tamaños, sectores e industrias.

4.8 BENEFICIOS

Desde el punto de vista metodológico, garantiza la efectividad de su aplicación, y desde el punto de vista práctico evita que las empresas se embarquen en

proyectos que pueden fallar en su enfoque o no dar los resultados esperados al diseñar su propio método.

4.9 IDENTIFICACION DE RIESGOS DE LA EMPRESA MERCACENTRO

Para realizar una efectiva identificación de riesgos es necesario saber el objetivo del proceso, proyecto, o actividad. Y a su vez nos plantearemos las siguientes interrogantes.

¿Qué puede suceder?

¿Cómo puede suceder?

¿Quién puede generar el riesgo?

¿Cuál es la razón por la cual se puede presentar el riesgo?

¿Cómo se afecta la empresa con la materialización del riesgo?

Descripción del Riesgo.- En que consiste, la forma como se presenta el riesgo.

Agentes Generadores.- Que persona, cosa o acción puede originar la ocurrencia del evento riesgoso.

Causas del Riesgo.- Cuál es el motivo o razón por la que se puede originar el riesgo.

Efectos del Riesgo.- Cuál es el resultado que la ocurrencia del riesgo puede causar al cumplimiento de los objetivos de la entidad.

4.10 CALIFICACION DEL RIESGO

Para calificar el riesgo se toman dos variables relacionadas con él, la frecuencia y el impacto, y se obtiene el producto de ellas.

FRECUENCIA.- Número de veces que el riesgo se puede presentar en un período de tiempo.

IMPACTO.- Se relaciona con la consecuencia que la ocurrencia del riesgo pudiera ocasionarle a la empresa.

4.11 EVALUACION DEL RIESGO

Calificados los riesgos, se evalúan como Aceptables, Tolerables, Graves o inaceptables, de acuerdo con el valor asignado a su frecuencia e impacto, según las tablas establecidas.

4.12 ANALISIS DE LOS RIESGOS

La empresa Mercacentro de acuerdo con las Técnicas de Administración de Inventarios que he realizado, pueden existir algunos de los riesgos los mismos que cito a continuación.

Estos tipos de riesgos están representados a través de un semáforo.

| | |
|----------------------------------|--------|
| DEMORA | Yellow |
| ERROR | Green |
| TERGIVERSACIÓN DE LA INFORMACIÓN | Yellow |
| MALA CALIDAD | Red |
| DESACIERTO | Green |

Luego de haber analizado los diferentes tipos de riesgos de la empresa Mercacentro, hacemos un análisis minucioso con respecto a los mismos.

- El riesgo de posibilidad de Demora en la entrega de electrodomésticos hace que la empresa tenga falencias, ya que por no tener la mercadería en stock se tendrá pérdidas económicas así como también clientes, es decir estamos frente a un riesgo tolerable, por eso esta representado con el color **AMARILLO**.
- El riesgo de error es hace que el control que llevamos de nuestra mercadería tenga una información errónea y atrasada, por lo que traería graves consecuencias, la falta de información o negligencia por parte de los empleados encargados de bodega. La empresa esta cuidando este tipo de riesgo y por eso hago una sugerencia de un control estricto de los inventarios a través de las respectivas tarjetas de control (kardex), por esta razón este tipo de riesgo esta representado con el color **VERDE**.
- El riesgo de Mala Calidad, es uno de los más graves en toda empresa comercial, ya que la calidad del producto es lo más sobresaliente. Un artículo que no cumple con todos los estándares de calidad no tendrá acogida en el mercado. Dada la circunstancia la empresa tiene electrodomésticos de muy buena calidad como son: Sony, Indurama, Samsung es por eso que este riesgo en Mercacentro tiene un nivel bajo y esta representado con el color **AMARILLO**.
- El riesgo de Tergiversación de la Información trae como consecuencias pérdidas económicas ya que al alterar la información estaríamos a favor del interés personal.

- Mercacentro tiene mucho que ver con este riesgo por que se ha dado algunos casos por parte de los bodegueros, por tal motivo estamos representando con el color **ROJO**.
- El riesgo Desacuerdo para Mercacentro trae como consecuencia incumplimiento con las políticas y normas de procedimiento de la empresa, y lo calificamos como un riesgo tolerable porque desde que se recomendó llevar un control a través de las respectivas tarjetas de kardex se evito el desacuerdo y por eso esta representado con el color **VERDE**

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- | | |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| JOSE OROZCO CADENA | Contabilidad General |
| CAÑIBANO CALVA | Contabilidad, Análisis contable de la De la realidad económica, Pirámide 1986 7ma. Edición. |
| WEYGANDT JERRY | Contabilidad Moderna México 1 edición 1989 |
| DIAS MOSTO JORGE | Contabilidad General/Universo Lima 1973 |
| MARCAIDA JOSE LUIS | Contabilidad General / Deusto Bilbao 1978. |

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el presente ensayo se ha llegado a las siguientes conclusiones:

En la empresa no existe un control interno, motivo por el cual se realizo dicha investigación.

No se controla los registros de inventarios a través de las respectivas tarjetas de kardex.

No existe un adecuado espacio físico para un debido control de los inventarios, esto indica inexperiencia para el manejo de los mismos.

La empresa Mercacentro luego de haber encontrado las falencias de acuerdo a los estudios realizados a cada uno de los departamentos ha llegado a la conclusión, que si toma en cuenta todas mis recomendaciones estaría para fines del año 2008 con un buen control de inventario, asó como también no existiría mas pérdidas ni daños de los mismos y arrojaría un buen margen de utilidad, obteniéndose de esta manera un logro propuesto.

RECOMENDACIONES.

Luego de haber realizado el estudio a la Empresa Mercacentro me permito hacer las siguientes recomendaciones:

- Llevar tarjetas de control de inventarios para cada tipo de producto.
- Aplicar el sistema de valoración de Inventarios a través del Método Promedio Ponderado que es el más usual.
- Que los inventarios se contabilicen a través del sistema de cuenta múltiple de mercaderías.
- Que los inventarios sean realizados trimestralmente, ya que al realizar el inventario semestral he llegado a encontrar que existen pérdidas y robos por parte de los empleados, y esto ocasiona perdidas permanentes para el señor propietario.
- Recomiendo colocar cámaras de vigilancia.
- Recepción de bolsos y paquetes a la entrada, para que no se lleven ocultos los artículos en ellos.

Pienso que si toman en cuenta estas recomendaciones la empresa ya no va arrojar en sus resultados al realizar los inventarios tantas pérdidas de artículos.

