



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO
DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA – CPA**

TÍTULO:

**LAS MERMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN AL DETALLE Y SU
INCIDENCIA EN EL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MI
SUPERMERCADO**

TUTORA:

CPA. FANNY LORENA CASTAÑEDA VÉLEZ

AUTORAS:

DIANA STEFANY MURILLO BOLAÑOS

ELIANA LISBETH VÁSCONEZ TOMALÁ

Guayaquil, Ecuador

2019



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: LAS MERMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN AL DETALLE Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MI SUPERMERCADO		
AUTORES: DIANA STEFANY MURILLO BOLAÑOS ELIANA LISBETH VÁSCONEZ TOMALÁ	REVISOR: CPA. FANNY LORENA CASTAÑEDA VÉLEZ, MAI	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	
CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA		
FECHA: 2019	N. DE PAGS: 109	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Comercialización, Venta, Empresa, Producto		
RESUMEN: El presente trabajo de titulación está enfocado en la investigación de las mermas o desperdicios que se generan en la comercialización al detalle y su incidencia en el costo de venta. Para ello, toma como centro de estudio a la empresa “Mi Supermercado”, cuyas operaciones inician en el 2016 y como actividad económica principal se establece la de mini mercadeo como ventas al detalle. Si bien las mermas se producen en el proceso productivo; también es posible por la naturaleza de la existencia que ésta ocurra en el proceso de comercialización y que incida en los costos de venta, teniendo como propósito otorgar razonabilidad a los estados financieros y, que, a su vez, permita a sus directivos tomar buenas y mejores decisiones.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

<p>CONTACTO CON LA AUTORA:</p> <p>DIANA STEFANY MURILLO BOLAÑOS</p> <p>ELIANA LISBETH VÁSCONEZ TOMALÁ</p>	<p>Teléfono:</p> <p>0967101555</p> <p>0979888989</p>	<p>E-mail:</p> <p>dianita94-7@hotmail.com</p> <p>eliana_vazconez_94@live.com</p>
<p>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</p>	<p>PhD. Rafael Alberto Iturralde Solórzano</p> <p>Decano de la Facultad de Administración Teléfono: 2596500 EXT. 201 Decanato E-mail: riturraldesy@ulvr.edu.ec</p> <p>MGs. Abg. Byron Gorky López Carriel, Director De La Carrera De Contabilidad Y Auditoría</p> <p>Teléfono: 2596500 EXT. 272</p> <p>Correo electrónico: blopezc@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICACIÓN DE SIMILITUD



Urkund Analysis Result

Analysed Document: URKUND-TESIS MERMAS.docx (D47471072)
Submitted: 2/1/2019 12:20:00 AM
Submitted By: lcastanedav@ulvr.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

julca mondragon.docx (D43909011)
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1925/1/T-ULVR-1731.pdf>

Instances where selected sources appear:

6

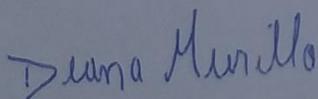
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las egresadas, declaran bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

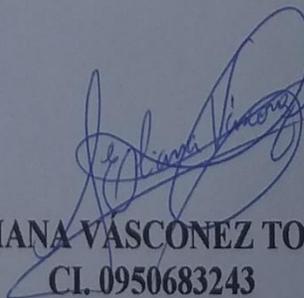
De la misma forma, ceden sus derechos patrimoniales y de titularidad a la universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar **LAS MERMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN AL DETALLE Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MI SUPERMERCADO.**

Autoras:



DIANA MURILLO BOLAÑOS
CI. 0929857274



ELIANA VASCONEZ TOMALÁ
CI. 0950683243

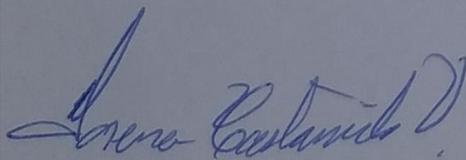
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto de **LAS MERMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN AL DETALLE Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MI SUPERMERCADO** nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **LAS MERMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN AL DETALLE Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA MI SUPERMERCADO.**, presentado por las egresadas como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al título de **INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



CPA. FANNY LORENA CASTAÑEDA VÉLEZ, MAI
C.I. 091656740-7

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la sabiduría de poder culminar este proyecto investigativo y así permitirme cumplir un objetivo más en mi vida.

A mi Madre Cecibel Bolaños y Padre Fredy Murillo, por su apoyo incondicional en mi vida universitaria inculcándome así valores y principios.

A mis Hermanos, por su disposición de acompañarme en cada paso que daba de esta etapa universitaria.

Diana Murillo B.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico:

*A Dios, por darme la oportunidad de comenzar una vida profesional y así formarme en la
persona que hoy en día soy.*

*A mis padres, por enseñarme a no rendirme cuando las cosas se ponen complicadas y
tomarlas así con mucha paciencia y sabiduría.*

Diana Murillo B.

AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero agradecer a Dios y a todas las personas que hicieron posible esta investigación y que de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres, y tristes.

A mis padres, abuelos y hermano por todo su amor, comprensión y apoyo, pero sobre todo gracias infinitas por la paciencia que me han tenido. No tengo palabras para agradecerles las incontables veces que me brindaron su apoyo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida.

A mis amigos. Con todos los que compartí dentro y fuera de las aulas. Aquellas amigas del colegio, que se convierten en hermanas de vida y aquellos que serán mis colegas, gracias por todo su apoyo y diversión.

No puedo dejar de agradecerte especialmente a ti Diana, mi compañera fiel de Universidad, de tesis y ahora de corazón y vida.

ELIANA VASCONEZ T.

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a Dios por darme siempre las fuerzas para continuar en lo adverso, por guiarme en el sendero de lo sensato y darme sabiduría en las situaciones difíciles.

A mi madre, por darme la vida y las ganas de luchar día a día para lograr escalar y conquista este peldaño más en la vida.

A mi padre, por enseñarme que las cosas no se obtienen de una manera gratis, si no con esmero y dedicación.

A mi hermano, a quien amo, le dedico esta tesis para que se dé cuenta que cada esfuerzo y obstáculo vale la pena superar.

A mis abuelos, quienes se han tomado la molestia de enseñarme la dedicación y esfuerzo de las cosas.

A mis Tías y Tío, por su apoyo incondicional en todo momento.

A mi Padrino Agustín Martillo, a quien agradezco cada momento de mi vida por estar en cada momento que necesito de alguien.

En especial a mi Mamita Nancy, que sé que desde que era muy niña soñó en verme toda una profesional, hoy en día cumplo su sueño, que se desde donde ella este se siente orgullosa de mí.

ELIANA VASCONEZ T.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	1
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Árbol de causas y efectos	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Sistematización del problema	4
1.4. Objetivos de la investigación	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
1.5. Justificación de la investigación	4
1.6. Delimitación o alcance de la investigación	5
1.7. Idea a defender	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.2. Bases teóricas	6
2.2.1. Merma o desperdicio	6
2.2.2. Origen de las mermas	7
2.2.3. Clasificación de las mermas	9
2.2.4. Desmedro	9
2.2.5. Diferencia entre merma y desmedro	10
2.2.6. Inventario	11
2.2.7. Control	12
2.2.8. Mejoramiento de los procesos comerciales	14
2.2.9. Calidad como una herramienta competitiva	15
2.2.10. Cadena de valor	15
2.2.11. Productividad	16
2.2.12. Necesidad de los costos en la actualidad	16

2.2.13.	Costos de no calidad.....	17
2.2.14.	Contabilidad ambiental y los costos de calidad.....	18
2.2.15.	Control de pérdidas.....	20
2.2.16.	Impacto en el costo de ventas.....	20
2.2.17.	Estado de costos.....	21
2.2.18.	Estados financieros.....	22
2.3	Marco Conceptual.....	22
2.4	Marco Legal.....	23
2.4.1	NIC 1 Presentación de Estados Financieros.....	23
2.4.2	NIC 2 Inventario.....	25
2.4.3	NIC 8 Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores.....	27
2.4.4	Reglamento de Aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno (RALORTI).....	28
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.1	Metodología.....	32
3.2	Tipos de Investigación.....	32
3.2.1	Investigación Analítica.....	32
3.2.2	Investigación Documental.....	33
3.2.3	Investigación de Campo.....	33
3.3	Enfoque de la Investigación.....	33
3.4	Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	33
3.4.1	La Observación.....	34
3.4.2	Entrevista.....	34
3.4.3	Población y Muestra.....	34
3.4.4	Población.....	34
3.4.5	Muestra.....	35
3.5	Análisis de resultados.....	36
3.5.1	Entrevista al Gerente General.....	36
3.5.2	Entrevista al Contador General.....	39
3.5.3	Entrevista al Jefe de Bodega.....	43
3.5.4	Entrevista a experto.....	46
3.6	Análisis de los estados financieros.....	49
3.6.1	Estado de Situación Financiera Comparativo.....	49
3.6.2	Estado de Resultado Integral Comparativo.....	50

3.7	Análisis mermas en Mi Supermercado	52
3.7.1	Inventario	52
3.7.2	Ítems de productos	52
3.7.3	Inventario y Estado de Situación Financiera.....	53
3.7.4	Inventario de materia prima	53
3.7.5	Inventario de productos en proceso	54
3.7.6	Inventario de productos terminados (empacado y enfundado)	54
3.7.7	Contabilización de mermas.....	55
3.7.8	Compra de materia prima.....	55
3.7.9	Ingreso de carnes al área de procesamiento	56
3.7.10	Mermas en la carne de res.....	56
3.7.11	Mermas en el pollo.....	56
3.7.12	Mermas en la carne de chancho	57
3.7.13	Registro de mermas.....	57
3.7.14	Política de mermas	57
3.7.15	Proceso de comercialización	58
3.7.16	Diagrama del proceso.....	59
3.7.17	Venta de productos cárnicos	61
3.7.18	Análisis mermas en pollos	62
3.7.19	Análisis mermas en carnes de res	66
3.7.20	Análisis mermas en carnes de chancho.....	69
3.7.21	Mermas normales.....	73
3.7.22	Registro contable de mermas	73
3.7.23	Incidencia en el costo de cada producto cárnico	74
3.7.24	Análisis de la política de la empresa en la aplicación de las mermas	74
3.7.25	Mermas sobre nivel de compras.....	75
	CAPÍTULO IV	76
	INFORME TÉCNICO.....	76
4.1	Análisis de mermas	76
4.1.1	Mermas carne de pollo.....	77
4.1.2	Mermas carne de res	77
4.1.3	Mermas carne de chancho.....	77
4.1.4	Mermas totales	77

4.1.5	Registros contables	79
4.2	Detalle de mermas por producto	80
4.3	Reclasificación contable.....	81
4.4	Impacto en el Estado de Resultado Integral	82
4.5	Impacto en el Estado de Situación Financiera	82
4.6	Recuperación de ingresos	83
4.6.1	Determinación de mermas de pollo	83
4.6.2	Venta de mermas de pollo.....	84
4.6.3	Determinación de mermas de carne de res.....	84
4.6.4	Venta de mermas de carne de res.....	85
4.6.5	Determinación de mermas de carne de chanco	85
4.6.6	Venta de mermas de carne de chanco	86
4.6.7	Otros ingresos	86
4.7	Impacto en costo de ventas de productos cárnicos.....	87
4.8	Escenarios de mejora	87
4.9	Beneficios de la mejora	88
4.9.1	Contabilización adecuada de las mermas.....	88
4.9.2	Implementación de sistema contable eficiente.....	88
4.9.3	Aplicación de controles permanentes	88
CONCLUSIONES		89
RECOMENDACIONES		90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		91
ANEXOS		92

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
TABLA 2: ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE GENERAL MI SUPERMERCADO.....	36
TABLA 3: ENTREVISTA REALIZADA AL CONTADOR GENERAL MI SUPERMERCADO.....	39
TABLA 4: ENTREVISTA REALIZADA AL JEFE DE BODEGA MI SUPERMERCADO.....	43
TABLA 5 ENTREVISTA A PERSONAL EXPERTO	46
TABLA 6: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA MI SUPERMERCADO	49
TABLA 7: ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL MI SUPERMERCADO.	51
TABLA 8: DETALLE DEL INVENTARIO DE MI SUPERMERCADO	53
TABLA 9: <i>DETALLE DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS AL 31 DE DICIEMBRE 2017</i>	54
TABLA 10: DETALLE COMPRA DE MATERIA PRIMA	55
TABLA 11: DETALLE DE INGRESO DE CARNES AL ÁREA DE PROCESAMIENTO.....	56
TABLA 12: MODELO DE REGISTRO CONTABLE DE LAS MERMAS	57
TABLA 13: POLÍTICAS DE CÁLCULO PARA EL REGISTRO DE MERMAS	58
TABLA 14 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	59
TABLA 15 DIAGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	60
TABLA 16: LISTA DE PRECIOS DE MI SUPERMERCADO.....	61
TABLA 17: INGRESOS DE VENTAS: PRODUCTO POLLO	62
TABLA 18: COMPRAS A PROVEEDORES: PRODUCTO POLLO	63
TABLA 19: INVENTARIO FINAL 2016: PRODUCTO POLLO	63
TABLA 20: INVENTARIO FINAL 2017: PRODUCTO POLLO	64
TABLA 21: ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL ACUMULADO.....	64
TABLA 22: DETALLE DE MERMAS GENERADAS EN LIBRAS: PRODUCTO POLLO AL 31 DICIEMBRE 2017	65
TABLA 23: INGRESOS POR VENTAS: PRODUCTOS CARNES.....	66
TABLA 24: COMPRAS A PROVEEDORES: PRODUCTOS RES	66
TABLA 25: INVENTARIO FINAL2016: PRODUCTO RES	67
TABLA 26: INVENTARIO FINAL 2017: PRODUCTO RES	67
TABLA 27: ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL ACUMULADO.....	68
TABLA 28: DETALLE DE MERMAS GENERADAS EN LIBRAS: PRODUCTO CARNE DE RES AL 31 DICIEMBRE 2017	69

TABLA 29: INGRESOS POR VENTAS: PRODUCTO CARNE DE CHANCHO	70
TABLA 30: COMPRAS A PROVEEDORES: CARNE DE CHANCHO	70
TABLA 31: INVENTARIO FINAL 2016: PRODUCTO CARNE DE CHANCHO	71
TABLA 32: INVENTARIO FINAL 2017: PRODUCTO CARNE DE CHANCHO	71
TABLA 33: ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL ACUMULADO.....	72
TABLA 34: DETALLE DE MERMAS GENERADAS EN LIBRAS: PRODUCTO CARNE DE CHANCHO AL 31 DICIEMBRE 2017	72
TABLA 35: DETALLE EN LIBRAS DE LAS TRES LÍNEAS DE PRODUCTOS	73
TABLA 36: REGISTRO CONTABLE DE LAS MERMAS GENERADAS	74
TABLA 37: INCIDENCIA DE LAS MERMAS EN EL COSTO DE PRODUCTOS CÁRNICOS.....	74
TABLA 38: ANÁLISIS DE LA POLÍTICA DE LA EMPRESA EN LA APLICACIÓN DE LAS MERMAS	75
TABLA 39: AFECTACIÓN DE LAS MERMAS SOBRE EL NIVEL DE COMPRAS.....	75
TABLA 40 MERMAS VALORADAS EN DÓLARES Y REPRESENTACIÓN DEL TOTAL DE MERMAS.....	78
TABLA 41 REGISTROS CONTABLES EN LA GENERACIÓN DE MERMAS	79
TABLA 42 PORCENTAJE DE MERMAS POR CADA PRODUCTO	80
TABLA 43 ASIENTO DE RECLASIFICACIÓN CONTABLE	81
TABLA 44 IMPACTO DE MERMAS EN EL ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL	82
TABLA 45 IMPACTO DE MERMAS EN EL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	83
TABLA 46 DETERMINACIÓN DE MERMAS POR UNIDAD DE POLLO.....	83
TABLA 47 INGRESOS POR VENTA DE MERMAS.....	84
TABLA 48 DETERMINACIÓN DE MERMAS POR CARNE DE RES	84
TABLA 49 INGRESOS POR VENTA DE MERMAS.....	85
TABLA 50 DETERMINACIÓN DE MERMAS POR CARNE DE CHANCHO	85
TABLA 51 INGRESOS POR VENTA DE MERMAS.....	86
TABLA 52 REGISTRO CONTABLE OTROS INGRESOS.....	86
TABLA 53 IMPACTO SOBRE COSTO DE VENTAS PRODUCTOS CÁRNICOS.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN</i>	3
FIGURA 2 PORCENTAJE DE MERMAS POR PRODUCTO.....	78
FIGURA 3 MERMAS SOBRE COMPRAS POR PRODUCTO	81
FIGURA 4 DETERMINACIÓN DE ESCENARIOS DE MEJORA	87

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 FICHA DE ENTREVISTA	92
-----------------------------------	----

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El desarrollo de la industria de las ventas al detalle es parte del sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes, razón por la cual se ha involucrado a mayoristas y minoristas en un mismo sector.

Según William J. Stanton (2014) menciona que las empresas que se dedican a las: “Ventas y/o actividades, son aquellas que están directamente relacionadas, que venden, ya sea bienes o servicios, hacia los consumidores finales, para el uso personal de ellos” (p.53).

En el negocio al detalle, se puede incluir a todas las tiendas o locales comerciales que habitualmente se encuentran en cualquier centro urbano y que realizan ventas directas al público. Sin embargo, su uso se encuentra más bien ligado a las grandes cadenas de locales comerciales. El ejemplo más común del detalle lo constituyen los supermercados. Día a día, las empresas de ventas al detalle se ven enfrentadas a situaciones en las cuales sus inventarios sufren pérdidas cuantitativas, y consecuentemente monetarias para ellas, en la cual no existe un control exhaustivo para poder mitigarlas.

En este sentido, las mermas o desperdicios son las pérdidas que se generan durante el proceso de producción, por los productos empleados para su elaboración, y son la principal causa del sobreprecio en el stock de una empresa o un negocio, sino se lleva un buen control de éstas. De acuerdo al estudio realizado por Tapia Salgado (2014) indica: “La merma significa porción de algo que se consume naturalmente o se sustrae” (p.49).

Pero, las mermas no solo se generan en el proceso de producción, también se dan en el proceso de comercialización, ya que en empresas que se dedican a una actividad específica, y sobre todo en las comercializadoras al detalle, el manejo inadecuado y la falta de control de ciertos productos, puede provocar que se pierda parte del producto que se está comercializando, precisamente porque está expuesto a todo el proceso que incluye manipulación o maniobras de los mismos, en la distribución o comercialización.

Incluso, la falta de medidas e implementación de estrategias de calidad ha llevado a que empresas generen cada vez más pérdidas consecutivas y en grandes cantidades, ya que no existe un adecuado proceso donde esté incluidos procedimientos básicos en el manejo de los productos objetos de la venta. De tal manera, que esta es una de las causas principales por las que hasta empresas internacionales han implementado estándares en el manejo y control de los desperdicios.

Es por este motivo, que el presente trabajo de titulación está enfocado en la investigación de las mermas o desperdicios que se generan en la comercialización al detalle y su incidencia en el costo de venta. Para ello, toma como centro de estudio a la empresa “Mi Supermercado”, cuyas operaciones inician en el 2016 y como actividad económica principal se establece la de mini mercadeo como ventas al detalle. Si bien las mermas se producen en el proceso productivo; también es posible por la naturaleza de la existencia que ésta ocurra en el proceso de comercialización y que incida en los costos de venta, teniendo como propósito otorgar razonabilidad a los estados financieros y, que, a su vez, permita a sus directivos tomar buenas y mejores decisiones.

1.1.1. Árbol de causas y efectos

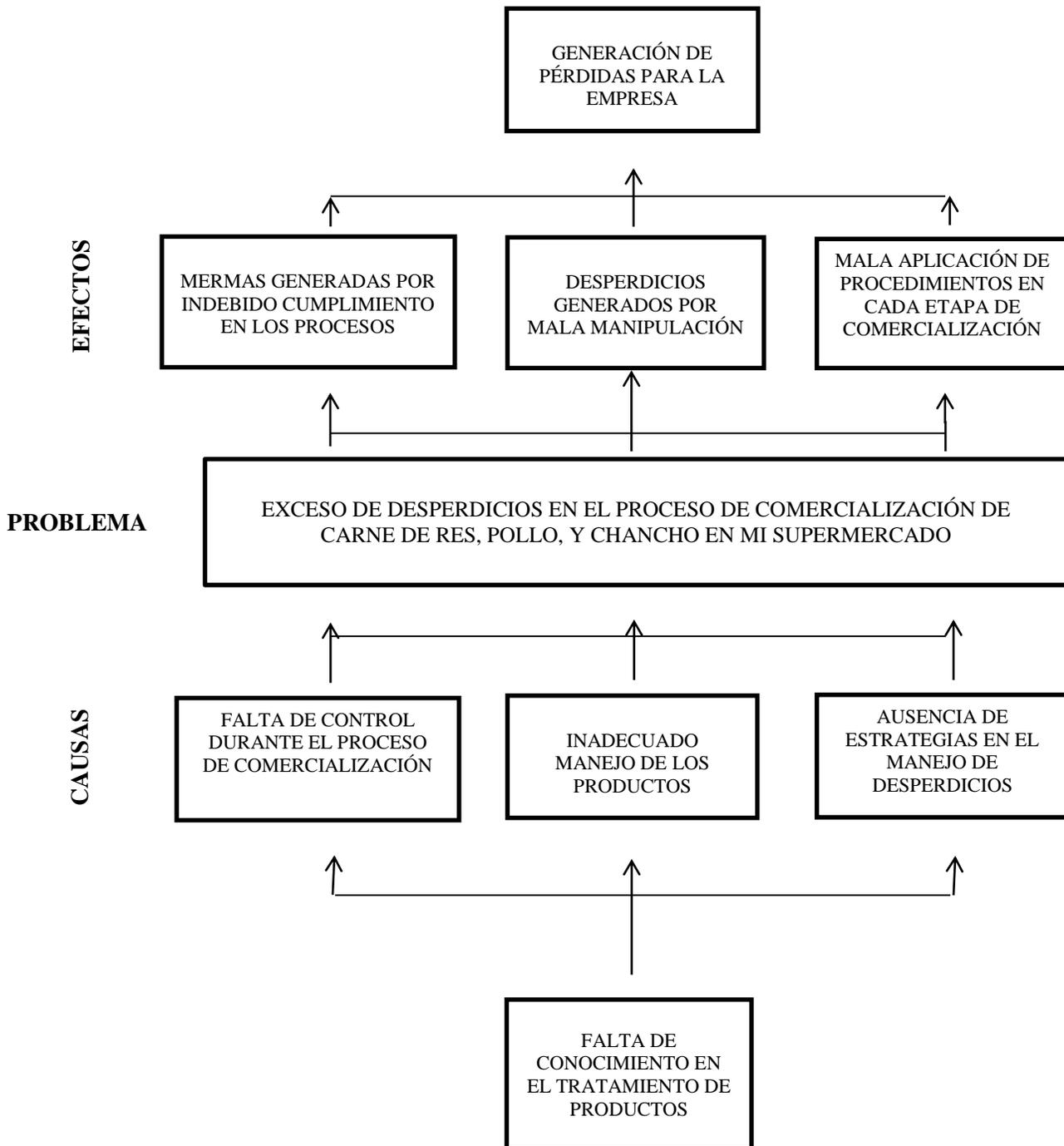


Figura 1: Árbol de problemas de investigación

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana Stefany ; Vásquez Tomalá, Eliana Lisbeth. (2018)

1.2. Formulación del problema

¿Cómo afectan las mermas en la comercialización al detalle y su incidencia en el costo de ventas?

1.3. Sistematización del problema

- ¿En qué forma los diferentes tipos de mermas afectan al margen de ganancias?
- ¿Qué impacto contable tendría el control del inventario en el proceso de comercialización que afecte al costo de venta?
- ¿Cuál sería el resultado en el Estado de Resultado Integral bajo el control de mitigación de mermas?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

- Medir el impacto que generaría en el costo de ventas la mitigación de las mermas en la comercialización al detalle.

1.4.2. Objetivos específicos

- Examinar los diferentes tipos de mermas que afectan al margen de ganancias.
- Determinar el impacto contable que tendría el control del inventario en el proceso de comercialización que afecte al costo de venta.
- Reconocer contablemente las mermas en el Estado de Resultado Integral.

1.5. Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación se justifica ya que pretende dirigir a la empresa a mejorar el control de las mermas generadas por los productos del negocio, debido a que inciden en el costo de ventas. Esta investigación es realizable gracias al acceso de la información financiera que brinda la empresa Mi Supermercado, a través del departamento de contabilidad, quien es el área que proporciona la información.

La ejecución de esta investigación tiene como beneficiarios directos a los administradores de la organización, ya que contarán con información fiable y técnica para un buen desempeño contable,

la cual tendrá efectos al contar con un costo de ventas razonable y un incremento en su rentabilidad, lo cual, ayudará a mejorar el negocio e invertir en mejoras estructurales, tecnológicas y posesionarse mejor en el mercado del giro del negocio.

De la misma manera, se pretende instruir y afianzar conocimientos a la comunidad administrativa, con bases teóricas y técnicas que permitirán al contador en el área de costos de una organización llevar un buen control sobre las mermas producidas o en la adquisición de inventario de productos terminados de una empresa y cómo estas pueden llegar a afectar su costo de ventas e influir en la rentabilidad de la empresa, como el presente caso de estudio, en donde se determina un aproximado que alcanza más allá de \$350.000,00 por concepto de mermas, valor que se consideraría dentro lo normal, pero que necesariamente debe reducirse para no afectar la rentabilidad de una empresa.

1.6. Delimitación o alcance de la investigación

Campo: Contabilidad.

Tema: Las mermas en la comercialización al detalle y su incidencia en el costo de ventas de la Empresa “Mi Supermercado”

Tiempo: 2016-2017

Empresa: Mi Supermercado

1.7. Idea a defender

Con el correcto análisis de las mermas en la comercialización al detalle se tendrá una información más oportuna y veraz facilitando la toma de decisiones a los administradores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En el proceso de producción o comercialización de productos se suelen generar pérdidas totales o parciales de los mismos, tales así, que existen diversas maneras de catalogar dicha pérdida, como merma, desperdicio, desecho, producto dañado o producto defectuoso. Mi Supermercado es una comercializadora al detalle que se encarga de la venta de carnes de res, pollo y chanco, los cuales generan cantidades normales de desperdicio, objeto de análisis y control que afectan directamente al costo de ventas.

El estudio de las mermas requiere analizar un campo bastante amplio, ya que normalmente es considerada como la pérdida del inventario o simplemente desperdicio. Estas pérdidas se generan por diversos factores y en distintos ítems de productos, ya que se pueden dañar, malograr o simplemente expirar, por lo cual, una herramienta para evitar que se produzcan las mermas es un control eficiente en el uso y manejo de los inventarios. En el caso de Mi Supermercado, las mermas se generan básicamente en tres de sus productos cárnicos como el pollo, carne de res y chanco.

La gestión de las mermas representa un conjunto de actividades que se realizan para un uso adecuado de los productos, de tal manera que se generen menos cantidades de mermas o desperdicios. La reducción o eliminación de las mermas es posible siempre y cuando se implementen técnicas de control y se tomen acciones para utilizar los productos de forma eficiente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Merma o desperdicio

Cuando se requiere determinar las cantidades de inventarios e insumos para la elaboración de un producto específico, se debe tener en cuenta los desperdicios propios del proceso. Es común que estos desperdicios se expresen como una cantidad o un porcentaje. Uribe Marín (2011) menciona: “Es muy importante reducir los niveles de desperdicios normales, y especialmente de los anormales, ya que éstos pueden llegar a convertirse en sobre costos para la organización” (p.113)

De acuerdo con lo anterior, las mermas generadas por los productos que vende Mi Supermercado y en general, en todas las actividades que involucran realizar el proceso de comercialización, incluye pérdidas por actividades propias del procesamiento de las carnes de res, pollo y chanco. Por ejemplo, la manipulación inadecuada de los productos por parte del personal en cada proceso, malas decisiones en las actividades, como el sobreabastecimiento, pueden ser algunas de las razones por la que se generan desperdicios.

2.2.2. Origen de las mermas

Según Chambergó (2010) menciona: “Las mermas pueden ser originadas, ya sea durante del proceso de comercialización o en el proceso productivo, y pueden ser tantas mermas en el proceso de comercialización y mermas en el proceso de producción” (p.67)

En mi Supermercado, las mermas son generadas durante el procesamiento de las carnes de res, pollo y chanco, que son propias de dicho proceso.

2.2.2.1. Mermas en el proceso de comercialización

Las mermas que se pueden generar en el proceso de comercialización son, por ejemplo:

- La pérdida de peso en kilos de ganado, debido al tiempo que se mantiene encerrado durante el traslado de un lugar a otro.
- La pérdida en unidades que se ocasiona por el almacenamiento, transporte y venta de menajes de vidrios, cristales y otros productos de similar naturaleza.

Durante el proceso de comercialización de determinados productos, siempre se van a generar pérdidas inherentes a la naturaleza propia del bien objeto de distribución. Por ejemplo, en el caso del ganado se generan pérdidas muy diferentes a las que se dan en otros productos, ya que no es lo mismo transportar un animal de ganado vivo, que muerto o procesado.

Por otro lado, la manipulación inadecuada es parte importante que hay que mitigar o al menos minimizar para tratar de conservar los productos en completo estado en la etapa de comercialización, sean estos medidos en kilos, galones, litros, mililitros u otro.

Así mismo, hay que saber manejar productos que ya tienen que ver con vidrio, cristales, que se pueden perder producto de la mala transportación o por la falta de aplicación de medidas para que el producto se mantenga a salvo durante su movimiento en algún proceso.

2.2.2.2. Mermas en el proceso de producción

Las mermas que se generan en el proceso de producción son, por ejemplo:

- La disminución en miligramos o kilos de los productos marinos.
- Las pérdidas de tinta, papel, y otros suministros en el proceso de impresión.
- La pérdida de cuero, cuerina, badana y gamuza.
- La pérdida en kilos y unidades por descomposición o deterioro.

Las mermas que se generan en el proceso productivo están más ligadas al tratamiento que se le da al producto, es decir, cómo se maneja la parte de las materias primas, si es que los productos van a ser utilizados en la producción. Para ello, hay que saber manejar y conservar las materias primas, dándoles un adecuado tratamiento, de tal forma que les permita conservarse o mantenerse antes de formar parte en el proceso de producción.

En el caso de Mi Supermercado, las mermas no se generan por el lado de producción, ya que la empresa se dedica exclusivamente a la comercialización, donde también se generan pérdidas, pero no tan cuantiosas como aquellas de producción. Por ejemplo, para productos que ya tienen que ver con consumo, tales como productos marinos, hay que aplicar un cuidado especial, sobre todo por calidad, para no generar futuros desperdicios.

También están pérdidas de tinta, papel, entre otros, que no se sabe utilizar y que muchas veces es tomado por alto, sin importar el costo que representa adquirir papel de impresión y tinta, sin considerar si quiera la parte ambiental, de cuidar el uso excesivo de papel. Otros elementos son aquellos que se utilizan para la fabricación de ropa y calzado, desperdiciando cuerina, gamuza, y otros, y no midiendo el uso, o al menos cumpliendo con estándares específicos de la cantidad de materia prima que se tiene que utilizar.

2.2.3. Clasificación de las mermas

Las mermas se clasifican en dos grupos:

2.2.3.1. Mermas normales

“Las mermas normales son aquellas que son inevitables y que tienen relación directa con el proceso de elaboración o comercialización y que dependen principalmente de las características del bien o material utilizado” (Aguilar, 2015, p. 67)

Para el supermercado, las mermas normales representan cantidades que probablemente ya se conocen y que ya se tiene un estimado previo de cuánto se pierde por el uso o consumo de productos cárnicos.

2.2.3.2. Mermas anormales

“Estas mermas se generan por negligencia en el manipuleo, utilización o en la conservación de los bienes. Éstas pueden ser evitadas si existe una buena y eficiente utilización de los inventarios o productos” (Aguilar, 2015, p.89)

Estas mermas anormales, representarían para el supermercado una mayor cantidad de pérdidas, ya que se traduce en que no existe un control o no se han implementado y políticas para el uso y disposición de los alimentos o productos en el momento de la preparación.

2.2.4. Desmedro

“El desmedro representa la pérdida de orden cualitativa e irrecuperable de las existencias, de tal forma que hace que éstas sean inutilizables para los fines a los que están destinados” (Aguilar, 2015, p.96). Es decir, a la pérdida de lo que es en propiedad, carácter y calidad, impidiendo que su uso, por obsoleto, tecnológico, cuestión de moda u otros.

El desmedro es muy parecido a la merma, la diferencia es que merma se lo utiliza comúnmente para denominar a desperdicios generados, ya sea por carnes de aves, carnes de res u otro tipo de carne, como es el caso de Mi Supermercado.

2.2.4.1. Clasificación de los desmedros

Los desmedros, al igual que las mermas o desperdicios se los puede clasificar de la siguiente manera:

2.2.4.2. Desmedros normales

Son aquellos que se producen en las actividades diarias de la empresa y que son normalmente regulares en relación con las características que conllevan el proceso productivo, la comercialización y los materiales o insumos utilizados.

2.2.4.3. Desmedros anormales

Representan lo contrario de los desmedros normales, es decir, aquellos que no se derivan de las actividades ordinarias de la empresa.

2.2.5. Diferencia entre merma y desmedro

No es lo mismo merma y desmedro, se define merma como al daño físico tanto en el volumen, peso o cantidad de las existencias, originada por causas inherentes a su naturaleza o al proceso productivo. De acuerdo con Fernández Oraggi (2015) precisa:

Dentro del concepto de mermas están comprendidas las pérdidas de productos en el proceso de producción y envasado, la rotura de botellas llenas dentro del almacén de la planta y manipuleo de embarque del depósito a los medios de transporte, y las pérdidas en operaciones que se realizan normalmente, tales como envasado que no reúne las condiciones formales para su venta, como igualdad de niveles de contenido, etc., que se suele entregar gratuitamente al personal o al público. (p.28)

Mi Supermercado considera el desperdicio de sus tres productos como merma, ya que se genera físicamente y va más allá de datos cualitativos. Ésta se da en cantidad y así mismo es valorada posteriormente.

2.2.6. Inventario

Las empresas industriales compran materiales e insumos, y los convierten en varios productos terminados. Por lo general, tienen uno o más de los tres siguientes tipos de inventario:

- **Inventario de materiales directos.** Los materiales directos o materia prima directa son almacenados hasta ser usados en el proceso de producción (por ejemplo, chips de computadoras y componentes necesarios para la fabricación de teléfonos celulares).
- **Inventario de productos en proceso.** Son productos parcialmente terminados, que aún están en procesamiento (como los teléfonos celulares en varias etapas de terminación de su proceso productivo). A este se denomina también trabajo en proceso.
- **Inventario de productos terminados.** Son productos (por ejemplo, teléfonos celulares) terminados. Las empresas compran inventario y luego lo venden sin cambiar su forma básica. Mantienen tan solo un tipo de inventario, el cual está formado por los productos en su forma de compra original, y se denomina inventario de mercancías. Las empresas del sector de servicios brindan únicamente servicios y, por lo tanto, no mantienen inventarios de productos. (Horngren, 2012, p. 150).

El manejo y diferenciación del inventario en Mi Supermercado es muy importante porque ésta no maneja producción, pero sí comercialización de carnes, por lo mismo es fácil evaluar constantemente ese rubro de inventarios, sobre todo porque es el objeto de venta propio del negocio, y es necesario darle buen uso atendiendo a la eficiencia y calidad.

2.2.6.1. Administración de inventarios

La palabra inventario normalmente se emplea para designar la relación o lista de los bienes materiales y derechos pertenecientes a una persona o comunidad, hecha con orden y claridad. Desde el punto de vista de la empresa industrial, inventarios son los bienes de una empresa destinados a la producción de artículos para su posterior venta, tales como materias primas, producción en proceso, artículos terminados y otros materiales que utilicen en el empaque.

Mientras que para las empresas comerciales son únicamente medios disponibles para la venta.

Dentro de estas empresas, existen pocos elementos que juegan un papel tan importante como los inventarios. “Además de ser esenciales para todo proceso productivo o comercialización, representan un gran porcentaje de la inversión en dichas empresas. Por ello, la eficiencia con que sean manejados es un factor determinante del éxito o fracaso de la misma” (García, 2008, p.87)

El inventario tiene que ser administrado y controlado permanentemente, sea el producto que sea, puesto que representa el medio principal que va generar el ingreso de recursos provenientes de las ventas.

Para mi Supermercado, la administración de inventarios permite mantener el nivel adecuado de los productos, para ir minimizando y estudiando las razones de generación de desperdicios o mermas.

2.2.6.2. Toma de decisiones con inventarios

Una de las necesidades más importantes a las que se ven enfrentadas las empresas es determinar las cantidades que deben comprar de sus inventarios, por ello resulta vital e indispensable hacer un análisis de costos, ya que en ocasiones los costos de los inventarios y los insumos pueden representar porcentajes significativos de todos los gastos de la empresa. “Por esta razón, la administración de inventarios es una parte importante en la planeación de beneficios para empresas industriales y comerciales” (Horngren, 2006, p. 691).

La toma de decisiones que realiza Mi Supermercado gira en torno al manejo de sus tres productos, ya que representan la principal fuente de ingreso del negocio, por lo cual, el tratamiento que se le debe dar a los inventarios es especial en relación con otros tipos de inventarios.

2.2.7. Control

Está dado por el establecimiento de procedimientos de información y análisis de los costos, para proveer una adecuada herramienta de diagnóstico frente a los problemas de ineficiencia que se presentan en la empresa. “Identificar la causa y la localización de la responsabilidad de los problemas, permitirá tomar las medidas correctivas acertadas y en el momento preciso” (Altahona, 2009, p.93)

El control en Mi Supermercado representa una herramienta básica para el manejo de todo el proceso que conlleva el tratamiento de las carnes y, además, las personas involucradas en dichas actividades y procesos.

2.2.7.1. Implementación de controles

“Los inventarios de productos para las empresas de retail o que comercializan al detalle constituyen uno de los rubros más significativos de los estados financieros y es importante prevenir todo aquellos que lo afecte” (SMS, 2015, p.10) Para ello, se tienen algunas pautas para el control adecuado de los inventarios:

- Conocer las características inherentes de los productos o alimentos que se almacenan.
- Analizar el flujo del movimiento de los productos, desde que sale del almacén hasta que se lo utiliza en la preparación.
- Determinar si la forma de almacenamiento de los productos es la más adecuada para el tipo de movimiento en la bodega.
- Observar si el producto está convenientemente clasificado.
- Identificar las personas responsables en cada etapa del proceso del manejo de los productos.
- Verificar el uso de documentos de registro de movimiento de inventarios.
- Observar el sistema que dispone la empresa para organizar y controlar los productos.
- Realizar revisiones físicas periódicas del inventario de manera independiente.

Como se pudo observar, la implementación de estrategias de control es importante para minimizar la generación de mermas en los distintos ítems de productos que vende Mi Supermercado, por lo tanto, hay que dar seguimiento continuo, a fin de las pérdidas por causa de las mermas, vayan disminuyendo.

2.2.7.2. Control en el flujo de inventario

Durante el proceso diario de manejo de productos, los inventarios fluyen por los diferentes procesos hasta convertirse en un producto procesados. Polo (2013) menciona “Con el fin de ejercer un mejor control sobre ellos, la empresa puede establecer los siguientes momentos:

- **Compra y Recepción.** Es deber de este departamento procurar obtener los mejores precios, la mejor calidad, oportunidad en la entrega, con el fin de generar desde el momento de la compra un beneficio para la empresa. En el departamento de compras la empresa debe generar utilidades, las cuales deben mantenerse durante todo el proceso.

Con la adquisición de los inventarios se da inicio a la cadena de valor en la empresa, entendiéndose ésta como la creación de valor en las diferentes actividades que va desde la compra de inventario, pasando por el almacenamiento, el proceso, la venta, etc.

- **Almacenamiento.** Es fundamental que los materiales comprados se almacenen en debida forma, clasificándolos y colocándolos en sitios adecuados para así evitar el daño y mantener la utilidad obtenida en la compra.
- **Consumo.** Los inventarios deben ser usados en la cantidad establecida en los departamentos de ingeniería o calidad y controlados para evitar su mal uso.
- **Contabilización.** Siempre que se inventario de un proceso a otro se deben hacer seguimiento constante y permanente. El flujo de inventarios de los tres productos cárnicos que vende Mi Supermercado tiene que ser controlado permanentemente, sobre todo en los temas de calidad de la carne, el estado en que llega, su refrigeración, el momento en el que es procesada, etc.” (p.123)

2.2.8. Mejoramiento de los procesos comerciales

El mejoramiento de los procesos comerciales es una técnica eficiente de administración, mediante la cual los administradores y trabajadores se comprometen a seguir un programa de mejoramiento continuo en cuanto a calidad. Cuando las empresas tratan de identificar a otras compañías como modelos para aprender a mejorar la calidad en sus distintos puntos de vista, el mejoramiento continuo muy a menudo está relacionado con el benchmarking y la administración de la calidad total.

“En el ambiente contemporáneo, ya sea de elaboración, producción, o comercialización de productos, las empresas adoptan varios programas de mejoramiento de la calidad para reducir el desperdicio y las mermas, entre otros” (Blocher, 2008, p.110)

El mejoramiento de los procesos en Mi Supermercado es muy importante, ya que supone la realización y ejecución eficiente de procesos, en cuanto al manejo de los tres productos de venta, como carne de res, pollo y chanco, a fin de minimizar la generación de mermas o desperdicios al momento de realizar la venta a los clientes atendiendo a sus especificaciones.

2.2.9. Calidad como una herramienta competitiva

Se define la calidad como el total de rasgos y características que presenta un producto o servicio, fabricado o realizado según las especificaciones dadas para la satisfacción de los clientes al tiempo de la compra y durante su uso. “Actualmente, se ha hablado mucho de la calidad como una herramienta operativa de la empresa, ya que representa un enfoque en la que supone la reducción los costos y el aumento de la satisfacción del diente” (Horngren, 2007, p.79)

La calidad en Mi Supermercado debe ser aprovechada a tal punto de ser una de las empresas comercializadoras al detalle, que genere mínimas cantidades de mermas y además que venda productos como pollo, carne de res o chanco de calidad, de tal forma que le permita competir con empresas de su sector.

2.2.10. Cadena de valor

La cadena de valor que a menudo se usa con el análisis de las actividades realizadas en la empresa, es una herramienta de análisis que se emplean para identificar los pasos específicos que se requieren para ofrecer un producto o servicio competitivo y de calidad al cliente. En particular, un análisis de la cadena de valor de la empresa ayuda a la administración a descubrir los pasos o actividades que no son competitivos, dónde es posible reducir costos, etc.

Además, la administración puede usar el análisis para encontrar la manera de aumentar el valor para el cliente en uno o más de los pasos de la cadena de valor. “Una idea clave del análisis de la cadena de valor es que la empresa debe estudiar detenidamente cada paso de sus operaciones para determinar cómo cada actividad contribuye a las utilidades y la competitividad de la empresa” (Blocher, 2008, p.150)

La cadena de valor es un instrumento que permite ir midiendo y evaluando cada una de las actividades que se realizan en Mi Supermercado, esto con el propósito de detectar continuamente

en qué momento y en qué actividad se generan las mermas por los productos mencionados anteriormente, ya sea en la actividad de corte de carnes u otro, y qué personas están involucradas en dichas actividades.

2.2.11. Productividad

La productividad trata de la eficiencia con la cual se utilizan los insumos para la venta. Las medidas parciales de la productividad evalúan el uso eficiente de los insumos individuales. El análisis de la productividad se puede utilizar para evaluar el desempeño de las actividades. Se pueden utilizar dos enfoques para evaluar la eficiencia de las actividades: el análisis de la productividad de actividades y el análisis de la productividad de los procesos.

El análisis de la productividad de actividades se utiliza principalmente para evaluar los cambios en la eficiencia de actividades que agregan valor. “El análisis de la productividad de los procesos se puede utilizar para evaluar la productividad de los procesos y de las actividades que agregan y que no agregan valor y que definen a un proceso” (Mowen, 2007, p.134)

La productividad es necesaria en el manejo no solo de los productos generales que vende Mi Supermercado, sino en las actividades que incluyen la manipulación de carnes de todo tipo. Además, mide la eficiencia de los trabajadores al momento de participar en el proceso de llevar las carnes de res, el pollo, y chanco, desde su estado natural a un estado de procesamiento.

2.2.12. Necesidad de los costos en la actualidad

Un modelo de gestión de costos se justifica porque permite determinar la viabilidad de los negocios. Una empresa es viable, cuando logra su meta. Generalmente, la meta está determinada por la rentabilidad económica o social y ésta es baja o negativa, cuando los costos y gastos son casi iguales o superiores a los ingresos. Mientras más cerca esté los costos de los precios de venta, más fácil será entender que el camino hacia la rentabilidad y la estabilidad están por el lado de los costos de eficiencia y no de aquellos de no calidad.

En un ambiente de alta competencia, la discreción sobre los precios tiende a desaparecer, sólo quedan los costos para lograr los objetivos. La rentabilidad dependerá de la habilidad con que éstos se manejen. A partir de la rentabilidad individual de los productos o servicios, con base en unos

costos unitarios fidedignos, se visualiza la participación de cada uno en la generación de utilidades y orienta de manera confiable la fuerza de ventas que se realiza sobre ellos.

“Lo que no se conoce difícilmente se controla, y se mejora. Si no se abre espacio a un modelo que permita conocer los costos, difícilmente podrán buscarse oportunidades de reducción del mismo y mejoras del rendimiento” (Cuervo, 2013, p.99)

Realmente para Mi supermercado la generación de costos es algo que está ligado al desarrollo propio de su actividad, sin embargo, obtener cada vez más desperdicios o mermas, y en mayores cantidades, ya es signo de ineficiencia, ya que se entiende debe tener fijado un margen de generación de mermas, que no sea superior a lo establecido por la empresa. De ahí, que se tienen que gestionar la el desarrollo y la disminución de mermas para reducir costos altos costos de mermas, y aún los costos normales por el mismo rubro.

2.2.13. Costos de no calidad

Dentro de los costos de no calidad se encuentran todos los costos en los que incurre la empresa por el incumplimiento en las especificaciones del producto o servicio, o por las fallas de calidad. Estas fallas pueden ser clasificadas en fallas internas y externas.

Los costos de fallas internas hacen referencia a los costos en los que incurre la empresa por el incumplimiento en las especificaciones del producto o servicio antes de que este se venda al cliente.

Algunos de estos costos son:

- Productos defectuosos.
- Reprocesos de productos o servicios.
- Desperdicios.
- Mantenimientos correctivos a equipos e infraestructura.
- Almacenamiento y manejo de desperdicios.
- Reprogramaciones de procesos requeridos.
- Reclasificaciones de los productos.

Los costos de fallas externas hacen referencia a los costos en los que incurre la empresa por el

incumplimiento en las especificaciones del producto o servicio, una vez este se encuentre en manos del cliente, es decir, el cliente ha percibido los problemas de calidad. Algunos de estos costos son:

- Administración de quejas y reclamos.
- Manejo de garantías.
- Manejo de devoluciones.
- Reembolsos a clientes.
- Pérdida de clientes.
- Pérdida de la venta.
- Pérdida de la imagen.

En la categoría de costos de fallas externas se encuentran cifras de difícil estimación, como son la pérdida de clientes, de la venta, e imagen, pero que pueden llegar a ser bastante trascendentales en un análisis de costos de calidad y no calidad.

Teóricamente se espera que en la medida en que las empresas inviertan más dinero en actividades de prevención y evaluación, los costos de fallas internas y fallas externas deben disminuir. “Lo contrario podría indicarle a la administración que los recursos que se invierten en el proceso de aseguramiento de la calidad no están siendo fructíferos y por tanto deberían reevaluarse” (Uribe, 2011, p.158)

En este caso, los costos de no calidad generados por las mermas y desperdicios de los productos que vende Mi Supermercado están dados por fallas internas, es decir, que se encuentran dentro de la organización. Por ello, la implementación de estrategias, el mejoramiento de los procesos y el control de las actividades es sumamente importante para disminuir la generación de sobrecostos por fallas principalmente internas.

2.2.14. Contabilidad ambiental y los costos de calidad

La preocupación por el cuidado del ambiente ha sido un factor importante en las decisiones de las empresas, no sólo por la responsabilidad social corporativa (RSC) que éstas tienen frente a la comunidad, sino también porque las leyes obligan a las empresas a mantener índices de contaminación bajos. Para ello, se hace uso de eco-eficiencia, que implica que una empresa puede crear más y mejores bienes y, simultáneamente, reducir el impacto negativo que sus actividades

puedan tener sobre el ambiente, el consumo de recursos y sus costos. Este concepto conlleva al estudio de tres ideas:

- El mejoramiento del desempeño financiero y el esfuerzo ecológico de la empresa deben ser complemento el uno para el otro.
- Tener una mayor preocupación por el impacto que las actividades de la empresa pueda tener sobre el medio ambiente ya no debe ser visto como una cuestión de responsabilidad social corporativa (RSC), sino como un factor clave de competitividad.
- La ecoeficiencia se complementa y apoya al esfuerzo de las empresas por lograr un desarrollo sostenible.

En este sentido lo que se busca es medir los impactos financieros y no financieros que tiene sobre una empresa el cuidado que ésta tenga de que sus procesos sean respetuosos con el ambiente. Ramírez (2008) indica: “Este proceso mide qué tanto le cuesta a la empresa cuidar o no cuidar el ambiente. Estos costos ambientales pueden dividirse en las siguientes categorías:

- **Costos de prevención:** Es el costo de las actividades que se llevan a cabo para evitar la producción de contaminantes o desechos, o ambos, que puedan dañar al ambiente.
- **Costos de detección:** Son costos en los que se incurren para determinar si los productos, los procesos u otras actividades desarrolladas son acordes a los estándares ambientales.
- **Costos por fallas internas:** Ocurren cuando se realizan actividades que producen desperdicios contaminantes pero que aún no han sido desechados al ambiente.
- **Costos por fallas externas:** Son los costos que se generan después de que los desechos son sacados de la empresa. Éstos pueden subdividirse en costos realizados (aquellos incurridos realmente y pagados por la empresa) y no realizados (denominados costos a la sociedad, y que son incurridos por la empresa pero que de alguna manera son absorbidos por la sociedad)” (p.123)

Dentro de este marco, se observan consecuencias que trae para el medio ambiente, en el caso de Mi Supermercado, la generación de mermas y desperdicios. Por ello, el objetivo es ya no generar o al menos minimizar el costo por generación de mermas a fin de perjudicar el ambiente. Incluso, estos costos ambientales los tiene que asumir la empresa, sobre todo por fomentar la prevención para la no generación de desperdicios, las fallas internas, y también la detección del

proceso o actividad en el que se están generando dichos costos.

2.2.15. Control de pérdidas

Respecto de control de pérdidas, Rincón (2010) afirma:

El control total de pérdidas es una medida que permite analizar a la empresa desde el punto de vista global de las pérdidas. En un contexto estratégico, este modelo se basa en un enfoque que pretende abarcar el estudio de todas las pérdidas, por todos los conceptos que se producen en una organización, englobando a la prevención y efectuando el control en daños a las máquinas e instalaciones, los inventarios, los daños que producen al medio ambiente, la seguridad del producto, etc. (p.145)

Las pérdidas físicas denominadas mermas o desperdicios deben cuantificarse en la medida que Mi Supermercado pueda tomar el control y posteriormente aplicar estrategias. Además, se evalúa el destino de las mermas, ya que algunas de ellas, dependiendo del tipo de producto, traen consecuencias negativas para el medio ambiente.

2.2.16. Impacto en el costo de ventas

En el caso de la generación de desperdicios normales, ese valor impacta finalmente al costo de ventas. Esto implica que es un costo que desde el principio debe considerarse y asumirse. “Se trata de un costo que se transfiere al cliente, por medio del incremento en el costo de ventas y, por lo tanto, se refleja en el precio de venta” (Calleja, 2013, p.167)

Por otro lado, el desperdicio anormal debe considerarse ya no como un costo, sino como gasto del período. Según IFRS (2018) en la Norma Internacional de Contabilidad 2 refiere:

“Son ejemplos de costos excluidos del costo de los inventarios, reconocidos como gastos del período en el que se incurren, los siguientes:

- Los importes anormales de desperdicios de materiales (materia prima), mano de obra, u otros costos de producción.
- Los costos de almacenamiento, a menos que sean necesarios en el proceso

productivo, previos a un proceso de elaboración ulterior.

- Los costos indirectos de administración que no hayan contribuido a dar a inventarios su condición y ubicación actuales.
- Los costos de venta. (p.14)

Para Mi supermercado, el impacto en el costo de ventas resulta algo normal en condiciones en las que los desperdicios y las mermas se den bajo estimaciones previas y de acuerdo con pérdidas anteriores por ese rubro. Sin embargo, el impacto sería bastante negativo si se llegasen a generar cantidades anormales de mermas, por lo cual, se enviaría ese importe a gastos del período.

2.2.17. Estado de costos

Al momento de comparar el estado de resultados de una empresa comercial con el de una empresa industrial, se observa que el costo de ventas en una empresa comercial consta básicamente del costo del inventario que se compra al proveedor. El costo de ventas en una empresa industrial comprende los múltiples costos que se han incurrido en el proceso de producción, al punto que el estado de resultados de una empresa industrial se apoya en el estado de costos de producción vendida.

Para la empresa industrial, es un estado financiero de propósito especial que se debe elaborar antes de la preparación del estado de resultados. Muestra los costos que se han incurrido en la elaboración de los productos durante el período: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación; también muestra cómo se añade a los costos de producción del período el inventario inicial de productos en proceso y cómo se resta el inventario final de productos en proceso, con el objeto de determinar el costo de los productos terminados.

“En la parte inferior del estado del costo de ventas se suma el inventario inicial de productos terminados al costo de los productos terminados en el período y se resta el inventario final de productos terminados para conocer el costo” (Sinisterra, 2011, p.126)

Mi supermercado, en este caso, no elabora Estado de Costos de Producción vendida, puesto que no es una empresa industrial, se dedica a la comercialización de productos como la carne de res, pollo y chanco. Simplemente, mantiene un registro de los costos en que incurre para llevar a la venta el producto. Esto le permite determinar periódicamente el costo de ventas, lo cual, le sirve para elaborar el estado de resultados.

2.2.18. Estados Financieros

La herramienta fundamental que tienen las personas, diferente de los contadores, son los propios estados financieros. Estos estados generalmente representan la base para toma de decisiones de inversión de los accionistas, para las decisiones de préstamo de los bancos y de otras instituciones financieras y para las decisiones de crédito de los proveedores. Por esta razón, la contabilidad financiera se relaciona con el registro, resumen, y presentación adecuada de activos, pasivos, el patrimonio de los accionistas, las utilidades y pérdidas.

“La información financiera preparada para uso externo está, por tanto, estrechamente reglamentada para proteger los intereses de los usuarios externos. De esta manera, toda la información financiera se debe presentarse bajo las Normas Internacionales respectivas” (Polimeni, 1997, p.189)

Las ventas de los productos y la generación del costo de esa venta, le permiten a Mi supermercado preparar su Estado de Resultados, principal estado financiero que revela la parte operativa del negocio, reflejando ingresos, costos y gastos, determinado al fin la utilidad real de los accionistas. Así mismo el Estado de Situación Financiera es un complemento que sirve para evaluar la posición financiera en un período.

2.3 Marco Conceptual

- **Contabilidad:** Representa un elemento esencial del sistema de información de la empresa, que proporciona datos sobre la gestión a sus administradores, a fin de evaluar y tomar decisiones oportunas y acertadas.
- **Estados Financieros:** Son un conjunto completo de reportes, tales como el Estado de Situación Financiera, el Estado de Resultado integral, el Estado de Flujos de Efectivo, y el Estado de Cambios en el Patrimonio.
- **Inventario:** Es el conjunto bienes que posee la empresa para ser vendidos en el curso normal de la operación.
- **Mermas:** Son aquellas pérdidas o reducción de unidades de inventario que se generan, ya sea durante el proceso de producción o en el almacenamiento de los bienes. En contabilidad de costos, son conocidas con el nombre de desperdicio.
- **Desmedros:** Son aquellas pérdidas irre recuperables de los inventarios. Tienen un mismo

parecido a las mermas, pero tienen un diferente tratamiento en la parte contable.

- **Unidades dañadas:** Son productos que luego de terminada la producción, no cumplen con las especificaciones de calidad, por lo cual, se tienen la opción de venderlas a un precio inferior o definitivamente desecharlas.
- **Unidades defectuosas:** Son las unidades que terminan siendo modificadas en alguna etapa del proceso productivo, pero éstas si tienen la opción de que sean nuevamente reparadas, por ello, también se las llama reproceso o reprocesamiento.
- **Control de inventario:** Es la labor de evaluar constantemente el control interno del inventario, de tal forma que permita minimizar las mermas que existen, ya sea porque la empresa se haya sobre abastecido, o porque se ha utilizado el inventario.
- **Costo de venta:** Es el costo que representa vender un determinado artículo. Generalmente se utiliza este término en las empresas o negocios comerciales, mientras que, en las empresas industriales, se denomina costo de producción vendida.
- **Valor Neto Realizable (VNR):** Es el valor de venta de un producto en el curso normal de la explotación, menos los costes estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta.
- **Valor razonable:** Es el precio por el cual puede ser intercambiado un activo o cancelado un pasivo, entre personas interesadas y debidamente informadas, que realizan una transacción u operación en condiciones de independencia mutua.
- **Gastos no deducibles:** Estos gastos son aquellos cuya documentación sustentatoria no cumple con los requisitos mínimos establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Pago.
- **Gastos deducibles:** Son todos los gastos que disminuyen el ingreso bruto para calcular el beneficio para efecto de los impuestos.

2.4 Marco Legal

2.4.1 NIC 1 Presentación de Estados Financieros

La Norma Internacional de Contabilidad 1 establece las bases para la presentación de la información financiera de una empresa, reflejada en sus estados financieros con propósitos de información general, para asegurar que éstos sean comparables, tanto con el estado financiero de la misma empresa correspondientes a períodos anteriores, como con los de otras empresas. (IFRS, 2018)

Esta norma proporciona una guía de cómo presentar los estados financieros, de tal forma que permitan ser objeto de toma de decisiones para la empresa. En ella, se detallan las partidas e importes por cada uno de los rubros que conforman los estados financieros principales tales como el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultado Integral.

2.4.1.1 Finalidad de los Estados Financieros

Los estados financieros son un conjunto de reportes que permiten presentar estructuradamente la situación financiera y el rendimiento financiero. Por lo tanto, su objetivo es el de suministrar la información necesaria acerca de la situación y el rendimiento financiero, y los flujos de efectivo de la empresa, que sea útil a los usuarios interesados a la hora de tomar sus decisiones.

2.4.1.2 Estado de Situación Financiera

El Estado de Situación Financiera incluye las siguientes partidas con sus respectivos importes:

- Efectivo y equivalente de efectivo
- Propiedades, planta y equipo o activo fijo
- Propiedades de inversión
- Activos intangibles
- Activos financieros
- Inversiones según el método de participación o valor proporcional patrimonial (VPP)
- Activos biológicos
- Inventarios
- Deudores comerciales y otros importes a cobrar
- Acreedores comerciales y otros importes a pagar
- Provisiones
- Pasivos financieros
- Pasivos y activos por impuestos diferidos
- Participaciones no controladoras
- Capital emitido y reservas de los propietarios de la controladora
- Entre otros.

Este estado financiero es importante porque permite medir el desempeño de la entidad y evaluar la parte financiera. Su presentación formal se hace en base a uso de las cuentas o partidas mencionadas anteriormente. Para propósitos de toma de decisiones internas, la empresa utiliza cualesquiera cuentas similares a las propuestas por el formulario 101 de la Superintendencia de Compañías.

2.4.1.3 Estado de Resultado Integral

El estado de resultado del período presentará:

- El resultado del período
- Otro resultado integral
- Resultado integral total del período

Además, se deberán presentar las siguientes partidas como el resultado del periodo atribuible a participaciones no controladas y propietarios de la controladora, y también el resultado integral del período atribuible a participaciones no controladas y propietarios de la controladora. El estado de resultados muestra la parte operativa de la empresa, estableciendo ya partidas de ingresos, costos y gastos.

Tanto este estado financiero como el de situación financiera son los dos estados principales que toda empresa debe presentar. En este caso, Mi supermercado presenta sus dos estados financieros principales durante un periodo para dar a conocer sus cifras a los usuarios interesados.

2.4.2 NIC 2 Inventario

El objetivo de esta norma es establecer el tratamiento contable de los inventarios. Además, suministra una guía práctica para la determinación del costo que debe reconocerse como activo, así como el subsiguiente reconocimiento como un gasto del período, incluyendo cualquier deterioro que disminuya el valor en libros al Valor Neto Realizable. (IFRS)

En esta norma se establece un conjunto de parámetros a tomar en consideración al momento de realizar el tratamiento contable de los inventarios. Para Mi Supermercado, la NIC 2 representa un base importante, ya que adopta los lineamientos aplicables a sus ítems de productos. Dicha cuenta se encuentra reflejada en el Estado de Situación Financiera, en el rubro de los inventarios.

2.4.2.1 Medición y costo de los inventarios

Los inventarios pueden ser medidos, ya sea por el método del Valor Neto Realizable o por el método del costo. Este último, considera como costos del inventario lo siguiente:

- Costos de adquisición
- Costos de transformación
- Otros costos

2.4.2.2 Fórmulas del cálculo del costo

Generalmente, para productos que no son habitualmente intercambiables entre sí, se asignará utilizando el método FIFO (Primera Entrada Primera Salida) o también costo promedio ponderado. Además, se utilizará la misma fórmula de costo para todos los inventarios que tengan una naturaleza y uso similares.

2.4.2.3 Métodos de valoración

Para valorar los inventarios, se puede utilizar el método FIFO o promedio ponderado.

El método FIFO, asume que los productos comprados o producidos antes, serán vendidos en primer lugar y que los productos que queden en existencia final serán los producidos o comprados más recientemente. Mientras que, en el promedio ponderado, el costo de cada unidad de producto se determinará a partir del promedio ponderado del costo de los artículos similares, que se tienen al principio del período, y del costo de los mismos artículos comprados o producidos durante el período.

2.4.2.4 Valor Neto Realizable

El Valor Neto Realizable es el valor que se puede obtener por la venta de un activo (precio de venta), deduciéndose los costos estimados para terminar su producción y aquellos para llevar a cabo su venta.

2.4.3 NIC 8 Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores

El objetivo de esta norma es prescribir los criterios para seleccionar y modificar las políticas contables, así como el tratamiento contable y la información a revelar acerca de los cambios en las políticas contables, de los cambios en las estimaciones contables y de la corrección de errores. La norma trata de realzar la relevancia y fiabilidad de los estados financieros de una entidad, así como la comparabilidad con los estados financieros emitidos por ésta en períodos anteriores, y con los elaborados por otras entidades (IFRS)

2.4.3.1 Uniformidad de las políticas contables

Una entidad seleccionará y aplicará sus políticas contables de manera uniforme para transacciones, otros eventos y condiciones que sean similares, a menos que una NIIF requiera o permita específicamente establecer categorías de partidas para las cuales podría ser apropiado aplicar diferentes políticas. Si una NIIF requiere o permite establecer esas categorías, se seleccionará una política contable adecuada, y se aplicará de manera uniforme a cada categoría.

2.4.3.2 Cambios en las políticas contables

La entidad cambiará una política contable sólo si tal cambio:

- Se requiere por una NIIF.
- Lleva a que los estados financieros suministren información fiable y más relevante sobre los efectos de las transacciones, otros eventos o condiciones que afecten a la situación financiera, el rendimiento financiero o los flujos de efectivo de la entidad.

Los usuarios de los estados financieros tienen la necesidad de poder comparar los estados financieros de una entidad a lo largo del tiempo, a fin de identificar tendencias en su situación financiera, rendimiento financiero y flujos de efectivo. En consecuencia, se aplicarán las mismas políticas contables dentro de cada periodo, así como de un periodo a otro, excepto si se presentase algún cambio en una política contable.

Las siguientes situaciones no constituyen cambios en las políticas contables:

- La aplicación de una política contable para transacciones, otros eventos o condiciones que difieren sustancialmente de aquéllos que han ocurrido previamente.

- La aplicación de una nueva política contable para transacciones, otros eventos o condiciones que no han ocurrido anteriormente o que, de ocurrir, carecieron de materialidad.

2.4.4 Reglamento de Aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno (RALORTI)

2.4.4.1 Artículo 41: Inventarios

Los inventarios se deben ajustar de acuerdo al siguiente procedimiento:

- a) Cuando se trate de inventarios no procesados o no transformados por el contribuyente, sean éstos de bienes finales o materias primas, se deben ajustar en base al último costo de adquisición en que haya incurrido el contribuyente.
- b) Si no se hubieren realizado adquisiciones durante el último mes del ejercicio los inventarios se ajustarán, con el valor que resulte de aplicar al costo de la última adquisición realizada en el ejercicio, el porcentaje proporcional de ajuste calculado según lo indicado en el numeral 2 del artículo 37 de este Reglamento. De no haberse realizado adquisiciones en el ejercicio, los inventarios se ajustarán aplicando, al costo ajustado que tenían al cierre del ejercicio anterior, el porcentaje de indicado en el numeral 1 del artículo 37 del presente Reglamento.
 - a. El nuevo valor ajustado del inventario no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste.
 - b. La diferencia entre el valor ajustado, según lo descrito en los incisos anteriores, y el costo en libros al cual se encontraban registrados los inventarios, se registrará como un crédito o un débito en la cuenta re-expresión monetaria.
 - c. (Reformado por el Art. 8 del D.E. 2553, R.O. 643-S, 28-II-95). - Cuando se trate de inventarios de productos semielaborados o terminados fabricados por el contribuyente, se ajustarán de la siguiente manera:

La porción del costo correspondiente a la materia prima e insumos directos utilizados en la

fabricación, se ajustará de acuerdo con los procedimientos descritos en la letra a) precedente. La porción del costo correspondiente a mano de obra y gastos indirectos de fabricación se ajustará al último costo incurrido por el contribuyente. Si no se hubiere realizado ninguna producción durante el último mes del ejercicio, se ajustarán aplicando al costo de la mano de obra y gastos de fabricación de la última producción, el porcentaje proporcional de ajuste indicado en el numeral 2 del artículo 37 del presente Reglamento.

Cuando no exista producción durante el respectivo ejercicio, los inventarios de productos terminados procesados por el contribuyente, se ajustarán aplicando al costo unitario que tenían éstos al 31 de diciembre del año anterior, el porcentaje de ajuste calculado según lo indicado en el numeral 1 del artículo 37 del presente Reglamento.

La diferencia entre el costo unitario registrado en libros y el costo ajustado, se debe registrar como un débito o crédito en la cuenta re-expresión monetaria.

a) Cuando se trate de inventarios de productos que al cierre del ejercicio anual se encuentren en proceso, se ajustará únicamente el costo correspondiente a la materia prima acuerdo con los procedimientos descritos en la letra a) precedente. El ajuste se registrará como un débito crédito en la cuenta re-expresión monetaria.

b) Como procedimiento alternativo, el contribuyente puede optar por ajustar los inventarios de productos comercializados, semielaborados, terminados y en proceso fabricados por él, de la siguiente manera:

El costo ajustado se calcula como el resultado de restar del precio promedio de venta para bienes iguales o similares durante el último mes del ejercicio impositivo, el margen de utilidad bruta por línea de producto o general del contribuyente correspondiente a ese ejercicio, según la política de la empresa.

El resultado que así se obtenga se multiplicará por las unidades del inventario final y por sus respectivos porcentajes promedio de terminación, para obtener el valor ajustado.

Cuando existan ventas durante el ejercicio impositivo, pero no se hubieren realizado éstas durante el último mes, el precio promedio de venta de último mes en que se hayan generado ventas se incrementará en el porcentaje proporcional de ajuste indicado en el numeral 2 del artículo 37 de este Reglamento y a

este valor se le restará el margen de utilidad bruta.

Cuando no existan ventas durante el ejercicio impositivo, los inventarios de productos procesados por el contribuyente, se deben ajustar aplicando al costo que tenían éstos al 31 de diciembre del año anterior, el porcentaje de ajuste calculado según lo indicado en el numeral 1 del artículo 37 de este Reglamento. El nuevo valor ajustado del inventario no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste.

- La diferencia entre el valor ajustado, según lo descrito en los incisos anteriores, y el costo en libros al cual se encontraban registrados los inventarios, se registrará como mayor o menor valor de los inventarios, según corresponda, y como contrapartida se registrará un crédito o débito en la cuenta Re expresión Monetaria. Para de cambiar el procedimiento adoptado, el contribuyente requerirá autorización previa del Director General de Rentas.
- Las mercaderías en tránsito se ajustarán por el porcentaje de ajuste indicado en los numerales 1 y 2 del artículo 37 de este Reglamento, según corresponda. El nuevo valor ajustado no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste.
- Cuando se trate de inventarios tales como: terrenos, edificios, oficinas u otros bienes inmuebles destinados a la venta de acuerdo con el giro del negocio de actividades como urbanizadoras, lotizadoras, constructoras, empresas dedicadas a la transferencia de inmuebles y otras similares, el ajuste se lo hará según lo indicado en los numerales 1 o 2 del artículo 37 del presente Reglamento y se registrará como un mayor valor del activo y como contrapartida un crédito en la cuenta re-expresión monetaria. El nuevo valor ajustado no podrá ser mayor al precio de mercado vigente a la fecha del reajuste.
- El contribuyente deberá re-expresar individualmente y de acuerdo con lo establecido en las letras anteriores, por lo menos el 70% del valor total de los inventarios físicamente disponibles, antes del ajuste. El saldo restante en su conjunto, deberá ser re-expresado en función del índice promedio resultante del ajuste antes mencionado.
- Cuando el valor de mercado de los inventarios sea inferior al valor ajustado de los mismos y el contribuyente pueda justificarlo y documentarlo apropiadamente, se debe efectuar el reajuste hasta el valor de mercado. Los inventarios obsoletos no están sujetos a re-expresión, pero se los registrará en una cuenta separada.

- Cuando el costo de ventas sea determinado por el sistema de diferencia de inventarios, el valor del inventario inicial será el saldo ajustado al cierre del ejercicio anterior y el valor del inventario final aquél que se obtenga antes de efectuar los ajustes indicados en los literales precedentes.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

La metodología se la puede plantear a través del método de investigación científica u otros métodos de investigación, como el método inductivo, el método deductivo, el método analítico y el método sintético. Ramírez (2010) indica: “La metodología o marco metodológico utilizado gira en torno al método científico, ya que se describen cada una de las fases de investigación” (p.67)

Para el presente trabajo, la metodología de investigación empleada permitió conocer la situación contable sobre cuál es la incidencia que tiene la generación de mermas sobre el costo de ventas. En el proceso de investigación, se realizó el estudio de información financiera y contable a través de los tipos de investigación empleados.

3.2 Tipos de Investigación

Los tipos de investigación sirven para poder direccionar el enfoque de la investigación y conseguir los objetivos planteados o dar solución a la problemática encontrada. “Existen tres tipos específicos de investigación: investigación descriptiva, investigación exploratoria, e investigación explicativa o causal” (Canales Cerón, 2006, p.180)

Con el propósito de conocer el alcance de los objetivos planteados en los capítulos anteriores que preceden a este trabajo de investigación, se plantearon los siguientes tipos de investigación:

3.2.1 Investigación Analítica

La investigación analítica consiste en definir un problema para luego observar las causas, la naturaleza y los efectos que éste puede generar. “Esta investigación implica la reinterpretación de lo analizado en función de algunos criterios, dependiendo de los objetivos del análisis” (Hurtado, 2010, p.110). A través de la investigación analítica, se propuso la revisión y análisis de los saldos de los estados financieros de mi Supermercado, así como también los rubros relacionados a la generación de mermas o desperdicios de los tres productos, como son pollo, carne de res y chanchito. El proceso de revisión de dónde surgió la generación de mermas implicó hacer una evaluación de cómo se están llevando los procesos y toda la documentación correspondiente.

3.2.2 Investigación Documental

Respecto de la investigación documental, Canales Cerón (2006) refiere: “Al igual que otros tipos de investigaciones, es parte esencial en un proceso de investigación científica, la cual, constituye una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre las realidades, usando para su estudio diferentes tipos de documentos(p.99). Mediante este tipo de investigación, se propuso el estudio y revisión de la documentación correspondiente que tiene que ver con el tratamiento de las mermas, es decir, la parte contable y financiera y cómo se lleva a cabo la determinación del costo de ventas en Mi supermercado.

3.2.3 Investigación de Campo

“La investigación de campo se la realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de la problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior” (Rivero, 2008, p.130). Esta investigación fue enfocada en recolectar información y datos en torno a la problemática principal, sobre todo el proceso de generación de mermas en Mi Supermercado, cómo se lleva el tratamiento de los productos donde surgen dichas mermas como el pollo, la carne de res, o el chanco y las incidencias que éstas mermas tuvieron sobre el costo de ventas y la posterior toma de decisiones.

3.3 Enfoque de la Investigación

Existen dos tipos de enfoques de investigación, cualitativo y cuantitativo. “Éstos se basan en principios teóricos que permiten hacer un estudio documental previo, generalmente se aplican en la rama de las ciencias sociales, ya que permite conocer antecedentes de la interacción social” (Ruíz Olabuénaga, 2012, p. 122). El enfoque de esta investigación fue de corte cualitativo, puesto que se analizó y evaluó los datos y la información correspondiente relacionada con las mermas que se generan en Mi Supermercado.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación

Las técnicas o instrumentos de investigación son instrumentos que posibilitan la recolección de información de primer orden. Canales Cerón (2006) indica: “Éstas van adaptadas a cada uno de los tipos de investigación. Las más conocidas son: encuesta cuestionario, entrevista, observación directa, estudio

documental, observación grupal, sesiones grupales, entre otras herramientas viables en la recolección de datos e información” (p.56)

Para los fines o propósitos de esta investigación, se planteó hacer uso de la técnica de observación directa sobre el proceso de generación de mermas y, además la entrevista al personal vinculado a la parte administrativa, en donde se maneja información contable y financiera de Mi Supermercado.

3.4.1 La Observación

Ésta implica registrar los patrones de conducta de personas, objetos o sucesos de una forma sistemática para poder obtener información sobre el fenómeno de interés. “Además, se toman como referencias estadísticas, análisis, datos u otros, para obtener una idea más clara del tema” (Malhotra, 2008, p.89). En esta investigación, la técnica o instrumento de observación permitió evaluar procesos, tratamiento de desperdicios en Mi Supermercado, registros de los mismos, entre otros.

3.4.2 Entrevista

La entrevista es una técnica de recopilación de información, que se da mediante una conversación profesional. “Además de que adquiere información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo, puesto que los resultados a lograr dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes” (Ruíz Olabuénaga, 2012, p.99).

El tipo de entrevista utilizada en este proyecto de investigación fue estructurada en base a preguntas específicas con el propósito de obtener información. Se realizó entrevistas al personal administrativo y contable, aquellos que forman parte de todo el personal de la empresa Mi Supermercado.

3.4.3 Población y Muestra

La población y muestra representa el complemento para la realización o cumplimiento de la aplicación de la técnica de entrevista. Para ello, se consideró al total de la población o empleados, de los cuales se eligió una muestra de estudio, como se expone a continuación:

3.4.4 Población

“La población representa el grupo de individuos que forman parte de la problemática que se ha seleccionado para ser objeto de estudio” (Canales Cerón, 2006, p.105) Para la realización de la entrevista

se consideró como población al total de empleados que laboran en Mi Supermercado.

Toda la plantilla de colaboradores totaliza alrededor de 20 empleados como se expone a continuación:

Tabla 1: *Población de la investigación*

CARGO	N° EMPLEADOS
Gerente General	1
Contador General	1
Jefe de bodega	1
Cajeros	4
Percheros	6
Operarios	7

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

3.4.5 Muestra

“Es conocida también como grupo reducido de la población o subpoblación que se selecciona mediante técnicas según el caso de estudio y su respectivo enfoque” (Canales Cerón, 2006, p.115) Para la determinación de la muestra en este proyecto de investigación se emplea un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde los elementos son seleccionados acorde al grado de revelación, accesibilidad y proximidad de recurrir al origen del problema. De todo el personal, se elige al Gerente General, Contador General, Jefe de Bodega, quienes aportan con información valiosa para los propósitos de la investigación y el problema establecido. Además, se realizó una entrevista a una persona experta en el tema, que ha laborado durante años en varias cadenas de supermercados. Dicha entrevista aportó con conocimientos múltiples y que son útiles para los fines de esta investigación.

3.5 Análisis de resultados

Como parte del proceso de levantamiento de información, se procedió a entrevistar a cada uno de los colaboradores o empleados seleccionados como muestra, así como también, a la persona experta elegida. Los resultados fueron los siguientes:

3.5.1 Entrevista al Gerente General

Tabla 2: *Entrevista realizada al Gerente General Mi Supermercado*

Objetivo Específico:	Evaluar el desarrollo de procesos y gestión de información en la generación de mermas.
Perfil del entrevistado:	Gerente General
Entrevistado:	Abg. Verónica Tapia
Entrevistadora:	Srta. Diana Murillo
Fecha de Ejecución:	10/09/2018

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

1. ¿Considera a las mermas como pérdidas que se producen en la cadena de distribución y ventas en el supermercado?

En el caso de Mi Supermercado, las mermas se generan en el proceso en que se les da tratamiento ya sea, a las carnes de res, pollo o chanco. Por eso, siempre se evalúa la manera de cómo tratar de minimizar la generación de mermas porque constituyen prácticamente pérdidas para Mi Supermercado.

2. ¿Se maneja algún tipo de indicador porcentual de pérdidas por mermas dentro del supermercado?

Solo se establecen niveles máximos para la generación de mermas o porcentajes límites. En el caso de mi Supermercado, el porcentaje de mermas no debe pasar de 200 libras diarias por cada producto que se ponga a la venta. Sin embargo, no se ha establecido algún indicador para medir las pérdidas por mermas.

3. ¿Cuáles son los factores causantes que provocan las mermas en los supermercados?

Las causas pueden ser varias, entre ellas están, que existan falencias durante el proceso de tratamiento de las carnes, las maniobras de los mismos empleados, causas relacionadas a los equipos utilizados en el área de tratamiento o almacenamiento donde laboran los operarios.

4. ¿Cada que tiempo son evaluadas las mermas en el supermercado?

Las mermas son evaluadas permanentemente durante el proceso de comercialización, observando que el tratamiento o manipulación que se le da a las carnes al momento de realizar los procesos de cortado, fileteo, empaque, entre otros, se desarrolle con eficiencia para minimizar la generación de mermas.

5. ¿Mediante que fórmula se calcula las mermas en el supermercado?

No hay ninguna fórmula establecida para el cálculo, solamente se cuantifican las mermas en base a la cantidad de productos vendidos y tomando también en cuenta los montos de mermas originados en períodos anteriores.

6. ¿Considera que los niveles elevados de mermas ponen en riesgo la rentabilidad del supermercado?

Por supuesto, por eso se trata en lo posible de plantear metas y minimizar el desarrollo de mermas, realizando procesos con eficiencia y evaluando constantemente la calidad de los productos con los proveedores.

7. ¿Cuáles son los requisitos que se deben cumplir para establecer las mermas?

Para determinar si los desperdicios generados durante el proceso de tratamiento de las carnes de pollo, res, o chanco, en cuanto a corte, fileteo u otro, son considerados realmente como mermas, se evalúa si los trozos o desperdicios, tales como, las menudencias se las puede vender a un mínimo valor o no, dependiendo de eso, es considerado merma con su respectivo reconocimiento de pérdida.

8. ¿Qué opina acerca de la propuesta de un sistema de inventarios para determinar mermas en el supermercado?

Sería interesante implementar un sistema de inventarios para gestionar mermas, en cuanto el sistema sea eficiente y realmente aporte a solucionar el problema de las mermas. Con un sistema de gestión de mermas ya se puede obtener información y cálculos sobre todas las mermas generadas.

9. ¿Cuáles son los controles de inventarios en el supermercado?

En mi Supermercado se realizan controles a los productos mediante el registro de salidas y entradas de inventario, cumpliendo siempre la política de mantener stocks de productos para poder satisfacer la demanda de los clientes. En el caso de las carnes de pollo, res y chanco, los controles son más complejos, ya que, al ser productos perecederos, se evalúan las fechas de caducidad para que el proveedor vuelva a reabastecer.

10. ¿La frecuencia en la venta de carnes de res, pollo y chanco es alta?

Por supuesto, estos productos tienen una alta rotación de períodos cortos de tiempo, es decir, se venden en gran proporción a diario. Adicionalmente, se trata de vender a los clientes productos de calidad en todo momento. También hay bastante consumo de los productos adicionales de comisariato que oferta Mi Supermercado, entre ellos, productos de primera necesidad.

3.5.1.1 Análisis de la entrevista al Gerente General

En la entrevista efectuada al Gerente General, se dieron respuestas importantes en torno al manejo de las pérdidas ocasionadas por la generación de mermas en Mi Supermercado. El Gerente mencionó que las mermas generadas en las carnes de res, pollo y chanco, son prácticamente inevitables, pero siempre se trata de minimizar su generación. Estas mermas se originan dentro del proceso de tratamiento propio del manejo de estas carnes al momento en que disponen su uso para la venta.

Acotó también, que se controla que las mermas no se generen por encima de las cantidades normales establecidas, ya que como es conocido, y según lo establece la NIC 2 también forman parte del costo los desperdicios generados, pero en cantidades normales, de lo contrario, el desperdicio que rebasa las cantidades normales, es decir, que se genera en cantidades anormales, formaría parte del gasto.

Además, mencionó que se evalúa la causa que genera la merma, se revisan siempre las carnes entregadas por el proveedor y de que éstas sean tratadas de acuerdo con las normas de calidad para mantenerlas frescas y en buen ambiente. También se verifica y controla todo lo relacionado con el tratamiento de las carnes, los empleados que las manipulan, los equipos para darle los respectivos cortes, con el objetivo de no provocar la generación de desperdicios adicionales.

3.5.2 Entrevista al Contador General

Tabla 3: *Entrevista realizada al Contador General Mi Supermercado*

Objetivo Específico:	Evaluar el desarrollo de procesos y gestión de información en la generación de mermas.
Perfil del entrevistado:	Contador General
Entrevistado:	CPA. Oswaldo Zúñiga
Entrevistadora:	Srta. Diana Murillo
Fecha de Ejecución:	10/09/2018

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

1. ¿Qué entiende por mermas?

Las mermas son consideradas como algo resultante o algo restante, esto hace que disminuya el peso real de un producto, por eso, es importante gestionar la generación de mermas en los procesos, y más, cuando se venden productos cárnicos. Estas mermas, en cantidades normales forman parte del costo. Si éstas se generan en cantidades anormales, ya no forman parte del costo y se envían al gasto, según lo establece la NIC 2.

2. ¿Cuál es el tratamiento tributario de las mermas a nivel general?

En materia tributaria, las mermas tienen el mismo tratamiento tributario que otras partidas o rubros, en la medida en que las pérdidas generadas se consideren un gasto deducible. Por ello, se hace un seguimiento constante para que no se generen mermas que sobrepasen los niveles establecidos y provoquen alta cantidad de pérdidas.

3. ¿Considera las mermas como un gasto deducible?

Efectivamente, las mermas son consideradas gastos deducibles en la medida de que ya sean cantidades anormales que vayan directamente a formar parte del gasto. Si son cantidades normales o se generan por debajo de los límites establecidos por Mi Supermercado, impactarían directamente en el costo de ventas. Por eso, se trata de controlar la generación de mermas con procesos de calidad y eficiencia.

4. ¿Son deducibles las mermas generadas por sucesos extraños en los procesos de comercialización?

Si las mermas se generan en cantidades anormales se consideran gastos deducibles, pero los factores que la pueden provocar son distintos. Se pueden dar porque el empleado no tuvo cuidado al momento manipular y entregar el producto al cliente.

5. ¿Explique qué conoce usted acerca de la NIC2 en cuanto al reconocimiento y medición de las mermas?

Bueno, en algunos casos, las mermas dependiendo de qué tipo de mermas se trate, se consideraría como un inventario que se lo puede vender a un bajo valor, que tendría el mismo reconocimiento y medición, tomando en cuenta también el monto en dinero de esas mermas y las cantidades, pero, en el caso de Mi Supermercado, las mermas normales tienen su incidencia en el costo de ventas.

6. ¿Considera que es posible la generación de las mermas en la etapa de la comercialización?

En la etapa de comercialización, las mermas también se pueden generar puesto que existe manipulación del producto por parte de los empleados, puede darse el caso de que ellos no cumplan con los estándares establecidos y echen a perder los productos antes de que sean vendidos.

7. ¿Cómo es el tratamiento de las mermas en el sistema contable?

En el sistema contable, se maneja el control de las mermas, estableciendo cantidades, montos en dólares y el producto de que se trate. El sistema permite controlar mermas de distinto tipo, que resultan de los desperdicios generados por las carnes de pollo, res y chanco. El sistema es eficiente, pero necesita un complemento para gestionar la minimización de mermas.

8. ¿Qué tratamiento se les da a las mermas en los asientos contables?

Si las mermas se generan en cantidades normales, se cargan directamente al costo de ventas, en caso de que la merma se la pueda vender a un valor bajo dependiendo del tipo de carne de que se trate, forma parte de una subcuenta de inventario. Por otro lado, si las mermas se dan en cantidades anormales, ya se envía directamente al gasto en la cuenta de pérdidas por mermas o simplemente mermas.

9. ¿Qué entiende por desmedro?

El desmedro es un concepto muy aparte, ya que representa la pérdida de una existencia, es decir, de un inventario, pero en términos cualitativos. Es parecido al desperdicio o merma, pero la diferencia es que éstas son pérdidas que se dan en cuanto a volumen, peso, o cantidad, en términos cuantitativos.

10. ¿Pueden generarse desmedros en la etapa de la comercialización?

Muy raramente, más se generan mermas que desmedros y en distintas etapas de tratamiento de los productos. De igual manera, hay que gestionar bien el desarrollo normal y eficiente de las actividades de la cadena de comercialización, para no generar de alguna manera, el desarrollo de mermas.

3.5.2.1 Análisis de la entrevista al Contador General

Por su parte, el Contador General dio una breve explicación del tratamiento contable y tributario que se le da a la generación de mermas en las carnes de res, pollo y chanco. Mencionó que las mermas son tomadas en consideración para efectos de deducibilidad de gastos, si éstas se generan en cantidades anormales, ya que como lo establece la NIC 2, los desperdicios anormales ya no forman parte del costo sino del gasto.

De esta manera, se podría evaluar la diferencia en la generación de mermas, tomando en cuenta lo establecido por la LORTI en cuanto a gastos deducibles. Explicó que las carnes de res, pollo y chanco, y las mermas generadas tienen un mayor control en los sistemas contables, ya que no es lo mismo, manejar en el sistema diferentes stocks de productos que oferta Mi Supermercado que productos de origen cárnico. Además, distinguió las diferencias que tiene los desperdicios con los desmedros y en qué términos se generan, si son de origen cualitativo o cuantitativo.

3.5.3 Entrevista al Jefe de Bodega

Tabla 4: *Entrevista realizada al Jefe de Bodega Mi Supermercado*

Objetivo Específico:	Evaluar el desarrollo de procesos y gestión de información en la generación de mermas.
Perfil del entrevistado:	Jefe de Bodega
Entrevistado:	Antonio Pesántez
Entrevistadora:	Srta. Diana Murillo
Fecha de Ejecución:	10/09/2018

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

1. ¿Se realiza una evaluación previa de todos los productos que se van a almacenar antes de su posterior venta a los clientes?

Por supuesto, a la medida que los productos van llegando y son traídos por parte de los proveedores, éstos son evaluados por el personal, que cumplan con las normas de calidad respectivas y hayan estado en buenas condiciones de almacenamiento, de tal forma, que no afecten la composición de los mismos y su estado natural.

2. ¿El lugar para el almacenamiento de los productos está adecuado para que se conserven en un buen estado?

El lugar siempre está adecuado para que los productos permanezcan en buen estado durante el período respectivo antes de su venta. Está limpio, tiene una muy buena conservación y además se adecúa al ambiente dependiendo el producto de que se trate.

3. ¿Cómo se llevan a cabo las operaciones en el área de almacenamiento de los productos de carne, pollo, y chanco?

Las operaciones se desarrollan con eficiencia, en la medida en que no se generen cantidades anormales de desperdicios. Además, se trata de evaluar constantemente el desarrollo de las operaciones con el fin de poder dar valor agregado y eficiencia a los procesos y hacerlos más productivos.

4. ¿Se desarrollan eficientemente las funciones propuestas a cada uno de los colaboradores que trabaja en el área de tratamiento de productos?

Por supuesto, los colaboradores de dicha área realizan sus funciones normales todos los días. De igual manera, se les indica que siempre tengan cuidado con el manejo de los productos, precisamente por las mermas que se pueden generar, ya que el tratamiento que hay que darles es especial, atendiendo las normas de calidad.

5. ¿Llevan un control en el flujo de entrada y salida de los productos, tanto en el momento en que llegan por parte del proveedor hasta la venta a los clientes?

Sí, a parte del control que esta área realiza, esa información es evaluada y posteriormente se remite al área de contabilidad para su registro contable. El control es bastante exhaustivo puesto que estos productos requieren de buen cuidado. Así mismo hasta que estos lleguen al cliente por medio de la venta, se les da un adecuado manejo durante la etapa de tratamiento y posterior venta.

6. ¿Con qué periodicidad se hace una evaluación de que el área está cumpliendo con la gestión de calidad correspondiente?

Normalmente, la evaluación se la hace diariamente por cuanto hay que tener la certeza de que los productos tienen un tratamiento de calidad adecuado y apegado a las normas respectivas. Toda el área está inmersa en cumplir y hacer cumplir a los colaboradores con las funciones de calidad correspondientes.

7. ¿Se ha implementado algún sistema o herramienta de control de calidad en la venta de productos de pollo, carne y chancho?

No se ha implementado ningún sistema todavía, precisamente por los recursos, implantar un sistema es algo costoso para ese tipo de productos, pero se pueden tomar medidas que así mismo generan eficiencia en el manejo de productos cárnicos. Solamente se evalúa la calidad en base al tratamiento directo del producto, si cumple con las condiciones requeridas por Mi Supermercado y para vender a los clientes.

8. ¿La gestión en el área de bodega o almacenamiento de los productos aporta eficientemente a la empresa, en el sentido de no generar pérdidas o mermas?

Por supuesto, siempre el área de almacenamiento de productos trata de aplicar las herramientas y cumplir los procesos de manera eficiente para tratar de generar en lo más mínimo mermas. Así mismo, se toman decisiones conjuntamente con otras áreas sobre objetivos acerca del nivel o la fijación de límites en la generación de mermas, de tal forma, que éstas se den en cantidades normales.

9. ¿De qué manera aplicarían nuevos cambios para minimizar pérdidas durante el tratamiento de los productos?

Se tendría que hacer mejoras en los procesos o incluso cambiarlos por otros nuevos y eficientes, pero para hacer esto, habría que comenzar básicamente de cero, y realizar un estudio de qué cambios se requieren realizar y elaborar un presupuesto adicional. También puede ser que se contrate alguna asesoría externa en cuanto al manejo de mermas y desperdicios.

10. ¿Utilizan adecuadamente todos los insumos y equipos para el correcto tratamiento de los productos?

Siempre se trata de utilizar adecuadamente los equipos para el tratamiento de los productos, el no hacerlo puede generar condiciones en las que se pueden tener mermas más de lo normal. Además, los operarios tienen en cuenta las funciones y cómo se manejan las máquinas y los procesos propios de cada producto.

3.5.3.1 Análisis de la entrevista al Jefe de Bodega

El jefe de bodega mencionó que las carnes tienen un tratamiento adecuado, desde que éstas son entregadas por parte del proveedor hasta que llegan al área de almacenamiento. Además, verifica que se cumplan los requisitos establecidos, tanto para el proveedor como para proveer de productos cárnicos a Mi Supermercado, y evalúa que el lugar de almacenamiento de las carnes cumpla con las condiciones debidas para poder almacenar finalmente las carnes de res, pollo, y chanco. También, se toma en consideración que todos los implementos y equipos utilizados para el tratamiento de las carnes se utilizan adecuadamente y conforme a las medidas establecidas en los manuales para el buen tratamiento de las carnes.

Incluso, se evalúa y se entrena al personal que labora en el área para que sepa cómo debe manejar las carnes en las diversas etapas por las que pasa, desde que es traída por parte del proveedor hasta que éstas son puestas en los frigoríficos disponibles para la venta. Desde que los productos llegan por parte de los distintos proveedores, se trata de darles el tratamiento más adecuado para no generar desperdicios más allá de lo que se genera por la manipulación normal en cuanto cortes, fileteado, etc., ya que se debe cumplir con los objetivos establecidos por Mi Supermercado de tratar en lo posible de no generar mayor cantidad de desperdicios o al menos minimizar su generación.

3.5.4 Entrevista a experto

Tabla 5 Entrevista a personal experto

Objetivo Específico:	Obtener información adicional sobre experiencia laboral del entrevistado en Supermercados
Perfil del entrevistado:	Operario
Entrevistado:	Sr. Alberto Castillo
Entrevistadora:	Srta. Diana Murillo
Fecha de Ejecución:	06/03/2018

Fuente: Persona experta en el tema

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

1. ¿Cómo se diferencian las mermas por área en un supermercado?

Las mermas en un supermercado son distintas. Dependiendo del tipo de producto, se pueden generar mermas más allá de los límites establecidos, si la empresa no realiza los controles suficientes en cada área. Por ejemplo, en el área de cárnicos, las mermas se generan al momento de su procesamiento. Por el lado de los comestibles, tal vez el supermercado no vea mermas como tal, pero puede verse disminuido el inventario porque pueden haber productos dañados, caducados o también estropeados.

2. ¿Existe la posibilidad de minimizar la generación de mermas en los supermercados?

El disminuir mermas siempre va de la mano con el planteamiento de metas y el compromiso que se tenga de tratar de minimizar la generación de desperdicios. Se pueden minimizar las mermas mediante la aplicación de controles, tanto a la hora llegada del producto por parte del proveedor como también al momento de la manipulación de dicho producto en el área de procesamiento, ya que son los operarios quienes básicamente están involucrados en todo el proceso.

3. ¿Actualmente es necesario tomar medidas adecuadas con el fin de minimizar las mermas de productos cárnicos?

Es necesario tomar medidas y no solamente en el manejo de productos cárnicos. A nivel de supermercados locales e incluso internacionales, cada vez, se generan mayor cantidad de desperdicios de todo tipo de producto, en su mayoría comestible, y que son arrojados en los basureros, afectando no solo la parte económica sino también al factor ambiental. Dicho sea de paso, esto se da casi a diario, ni siquiera tomando en cuenta un año completo.

4. ¿Las empresas fijan objetivos anuales en torno a los productos caducados, dañados, etc.?

Existen empresas que fija metas para no generar productos que disminuyan sus inventarios y consecuentemente sus niveles de rentabilidad, pero estas metas no están complementadas con el compromiso que cada encargado de las área de la cadena de comercialización pueda tener de cumplir con sus actividades de manera eficiente, participando de los controles periódicos y el cumplimiento adecuado de los procedimientos.

5. ¿Cuentan los supermercados con un equipo encargado de revisar y realizar un seguimiento de los productos caducados principalmente?

Generalmente, los supermercados no cuentan con un equipo de trabajadores o un equipo estándar que pueda determinar aquellos productos caducados o similares y que evalúen las razones y efectos, hablando de las pérdidas que representan. Estas actividades las suelen realizar los mismos operarios o percheros que laboran en los supermercados y no un equipo por los costos altos que representa su contratación.

6. ¿Colaboran las empresas con sus proveedores en el desarrollo de estrategias para prevenir los productos caducados?

Es importante tomar en consideración los niveles de inventarios y también la frecuencia con la que se abastecen los supermercados, de tal forma que éstos pueden aprovisionarse de los productos de los cuales se tiene certeza se van a vender. Esto, con el objetivo de que no se tenga al final del período productos stockeados o en bodega que al final del día no se van a vender y que corren el riesgo de caducar, hablando de productos tanto perecibles como no perecibles.

7. ¿Se comparte información detallada de los productos caducados con los proveedores?

Sí se comparte información o se informa a los proveedores sobre los productos, para que se pueden tomar nuevas decisiones de abastecimiento. En cuanto a los productos cárnicos, los proveedores necesariamente deben pasar por un proceso de selección, mientras que para los productos comestibles y demás, son importantes las especificaciones dadas y que se cumplan con todos los criterios de calidad establecidos, tanto en los supermercados como en sus proveedores.

8. ¿Trabajan los supermercados con asesores externos para desarrollar, revisar, y realizar un seguimiento de su función de prevención de los productos en general?

La mayoría de los grandes supermercados hacen un seguimiento y evaluaciones permanentes a todos los productos o inventario existente en perchas con el propósito de determinar el nivel real de stock, haciendo separaciones de productos consideraciones en buenas condiciones, así como aquellos que no cumplen con los criterios de calidad y se encuentran dañados, caducados o simplemente no están aptos para la venta al consumidor final.

3.5.4.1 Análisis de la entrevista al experto

La entrevista realizada al operario experto en temas de supermercados, productos comestibles y productos cárnicos, permitió determinar que sí es posible minimizar el nivel de mermas dentro de un supermercado. Claro que para lograr la meta establecida de generar mermas en niveles más bajos de los establecidos, se requiere no solamente de la aplicación de estrategias eficiente sino también de realizar controles permanentes y oportunos.

3.6 Análisis de los Estados Financieros

3.6.1 Estado de Situación Financiera Comparativo

A continuación, se presenta el Estado de Situación Financiera de Mi Supermercado S.A. para los períodos correspondientes al 2016 y 2017:

Tabla 6: Estado de Situación Financiera Mi Supermercado

Mi Supermercado						
Estado de Situación Financiera Comparativo						
Expresado en dólares						
Partidas	2017	2016	Análisis horizontal		Análisis vertical	
			Variación \$	Variación %	%	%
Activos corrientes						
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 36,334.04	\$ 2,754.09	\$ 33,579.95	1219.3%	20.5%	0.5%
Cuentas por cobrar no relacionadas	\$ 21,194.64	\$ 20,423.78	\$ 770.86	3.8%	12.0%	3.8%
(-)Deterioro acumulado de cuentas por cobrar	\$ (416.19)	\$ (204.24)	\$ (211.95)	103.8%	-0.2%	0.0%
Crédito tributario IVA	\$ -	\$ 2,390.67	\$ (2,390.67)	-100%	0.0%	0.4%
Inventario	\$ 71,044.01	\$ 467,229.10	\$ (396,185.09)	-84.8%	40.2%	86.4%
	\$ 128,156.50	\$ 492,593.40	\$ (364,436.90)	-74.0%	72.5%	91.1%
Activos no corrientes						
Local comercial	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ -	0%	8%	8%
Maquinaria y equipos	\$ 34,500.00	\$ 33,456.00	\$ 1,044.00	3%	20%	19%
Muebles y enseres	\$ 1,345.90	\$ 1,345.90	\$ -	0%	1%	1%
Equipos de oficina	\$ 920.90	\$ 890.55	\$ 30.35	3%	1%	1%
Equipos de computación	\$ 2,997.36	\$ 2,997.36	\$ -	0%	2%	2%
(-) Depreciación Acumulada PPyE	\$ (6,050.75)	\$ (5,690.53)	\$ (360.22)	6%	-3%	-3%
	\$ 48,713.41	\$ 47,999.28	\$ 714	1.5%	27.5%	8.9%
Total de Activos	\$ 176,869.91	\$ 540,592.68	\$ (363,722.77)	-67.3%	100%	100%
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Pasivos corrientes						
Cuentas por pagar no relacionadas	\$ 98,513.81	\$ 113,826.63	\$ (15,312.82)	-13.5%	55.7%	21.1%
Otras cuentas por pagar no relacionadas	\$ 40,833.24	\$ 32,448.01	\$ 8,385.23	25.8%	23.1%	6.0%
Impuesto a la renta por pagar	\$ 4,801.64	\$ 1,664.07	\$ 3,137.57	188.5%	2.7%	0.3%
Participación trabajadores por pagar	\$ 3,879.68	\$ 1,367.52	\$ 2,512.16	183.7%	2.2%	0.3%
Obligaciones con el IESS	\$ 616.72	\$ 1,412.38	\$ (795.66)	-56.3%	0.3%	0.3%
Otros pasivos por beneficios a empleados	\$ 4,632.23	\$ 2,208.80	\$ 2,423.43	109.7%	2.6%	0.4%
	\$ 153,277.32	\$ 152,927.41	\$ 349.91	0.2%	86.7%	28.3%
Total de pasivos	\$ 153,277.32	\$ 152,927.41	\$ 349.91	0%	86.7%	28%
Patrimonio						
Capital	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ -	0%	0.2%	0.1%
Reserva Legal	\$ 2,326.84	\$ 608.52	\$ 1,718.32	282.4%	1.3%	0.1%
Utilidad del ejercicio	\$ 15,429.86	\$ 386,656.75	\$ (371,226.89)	-96.0%	8.7%	71.5%
Utilidades acumuladas	\$ 5,435.89	\$ -	\$ 5,435.89	100%	3.1%	0.0%
Total patrimonio	\$ 23,592.59	\$ 387,665.27	\$ (364,072.68)	-93.9%	13.3%	71.7%
Total de pasivos y patrimonio	\$ 176,869.91	\$ 540,592.68	\$ (363,722.77)	-67%	100%	100%

Fuente: Mi Supermercado

En el Estado de Situación Financiera se observa que, en la sección de activos corrientes, la cuenta de efectivo aumentó en gran proporción en el 2017 con respecto al período anterior, producto de las ventas, tanto de productos de consumo como cárnicos. El rubro de cuentas por cobrar también experimentó un aumento de \$770,86 mientras que el crédito tributario por IVA quedó en cero en el último año. Así mismo, la cuenta de inventario disminuyó en \$396185,09 aun así sigue representado el rubro que tiene mayor peso dentro de la totalidad de activos.

Para el caso de los activos no corrientes, hubo variaciones en las cuentas de maquinaria y equipos de oficina, por un valor total de \$1074,35. La depreciación acumulada también varió producto del desgaste de las propiedades, planta y equipo que sufrieron durante el año. En la sección de pasivos, se observa que han disminuido las cuentas por pagar no relacionadas y también las obligaciones con el IESS, lo cual, quiere decir, que disminuyó el pago de obligaciones por esos rubros.

Adicionalmente, las cuentas por pagar no relacionadas son las que tiene mayor relevancia dentro del total de pasivos, seguida de otras cuentas por pagar. En cuanto a la sección de patrimonio, se ha aumentado la reserva legal por \$1718,32, también la utilidad acumulada aumentó para el año 2017 en \$5.435,89. Además, se observa que la utilidad del ejercicio disminuyó en \$371.226,89 dando como resultado el último año un total de \$15.429,86.

3.6.2 Estado de Resultado Integral Comparativo

El siguiente cuadro muestra el Estado de Resultado para los períodos 2016 y 2017 y las variaciones respectivas en las cuentas de ingresos y gastos:

Tabla 7: Estado de Resultados Integral Mi Supermercado.

Mi Supermercado						
Estado de Resultado Integral Comparativo						
Expresado en dólares						
Partidas	Períodos		Análisis horizontal		Análisis vertical	
	2017	2016	Absoluta	Relativa	2017	2016
INGRESOS						
Ventas tarifa 0%	\$ 2,960,356.99	\$ 2,747,901.52	\$ 212,455.47	8%	78%	84%
Ventas tarifa 12%	\$ 834,780.05	\$ 523,900.23	\$ 310,879.82	59%	22%	16%
Total ingresos	\$ 3,795,137.04	\$ 3,271,801.75	\$ 523,335.29	16%	100%	100%
COSTO DE VENTAS						
(+) Inventario inicial	\$ 86,008.24	\$ -	\$ 86,008.24	100%	2%	0%
(+) Compras netas	\$ 3,691,531.20	\$ 3,104,031.33	\$ 587,499.87	19%	97%	95%
(-) Inventario final	\$ (71,044.01)	\$ (467,229.10)	\$ 396,185.09	-85%	-2%	-14%
Total costo de ventas	\$ 3,706,495.43	\$ 2,636,802.23	\$ 1,069,693.20	41%	98%	81%
GASTOS						
Sueldos y salarios	\$ 35,866.17	\$ 27,567.66	\$ 8,298.51	30%	1%	1%
Beneficios sociales	\$ 6,586.66	\$ 7,570.88	\$ (984.22)	-13%	0%	0%
Aporte al IESS	\$ 6,266.81	\$ 3,349.63	\$ 2,917.18	87%	0%	0%
Honorarios profesionales	\$ 3,017.86	\$ 3,389.64	\$ (371.78)	100%	0%	0%
Depreciación	\$ 2,999.16	\$ 1,049.58	\$ 1,949.58	186%	0%	0%
Otras provisiones	\$ 211.95	\$ 204.24	\$ 7.71	4%	0%	0%
Promoción y publicidad	\$ 290.00	\$ -	\$ 290.00	100%	0%	0%
Transporte	\$ 132.00	\$ -	\$ 132.00	100%	0%	0%
Combustibles y lubricantes	\$ 1,744.35	\$ 1,292.66	\$ 451.69	35%	0%	0%
Suministros y herramientas	\$ 281.93	\$ 262.13	\$ 19.80	8%	0%	0%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 3,381.61	\$ 2,362.24	\$ 1,019.37	100%	0%	0%
Impuestos y contribuciones	\$ 120.45	\$ 246.60	\$ (126.15)	-51%	0%	0%
Gasto de IVA	\$ 1,093.85	\$ 1,558.49	\$ (464.64)	-30%	0%	0%
Servicios públicos	\$ 1,656.55	\$ 435.10	\$ 1,221.45	281%	0%	0%
Otros gastos	\$ 841.03	\$ 1,174.89	\$ (333.86)	-28%	0%	0%
Comisiones bancarias	\$ 848.74	\$ 1,302.55	\$ (453.81)	-35%	0%	0%
Intereses pagados a terceros	\$ 29.70	\$ -	\$ 29.70	100%	0%	0%
Intereses financieros	\$ -	\$ 40.55	\$ (40.55)	-100%	0%	0%
Total gastos	\$ 65,368.82	\$ 51,806.84	\$ 13,561.98	26%	2%	2%
Total costos y gastos	\$ 3,771,864.25	\$ 2,688,609.07	\$ 1,083,255.18	40%	99%	82%
Resultado del ejercicio	\$ 23,272.79	\$ 583,192.68	\$ (559,919.89)	-96%	1%	18%
(-) Participación de trabajadores 15%	\$ 3,490.92	\$ 87,478.90	\$ (83,987.98)	-96%	0%	3%
(-) Impuesto a la renta 22%	\$ 4,352.01	\$ 109,057.03	\$ (104,705.02)	-96%	0%	3%
Utilidad neta	\$ 15,429.86	\$ 386,656.75	\$ (371,226.89)	-96%	0%	12%

Fuente: Mi Supermercado

El Estado de Resultado muestra que hubo incremento en el nivel de ventas para el año 2017, en cuanto a ventas de productos gravados con tarifa 0%, el aumento de \$212.455,47, mientras que para aquellos gravados con tarifa 12% de IVA fue de \$310.879,82. En total, los ingresos para el año 2017 ascienden a \$3'795.137,04. Se tiene también un costo de ventas casi proporcional al incremento en las ventas, lo cual deja una utilidad bruta de alrededor de \$88.641,61. En cuanto a los gastos, hay aumentos en la mayoría de rubros que conforman dicha sección. El rubro de sueldos

experimentó una variación de \$8.298,51, mientras que beneficios sociales disminuyó en \$984,22. Los aportes al IESS aumentaron en \$2.917,18.

También hubo erogaciones por otros rubros en el 2017 como son gastos por promoción y publicidad y gastos de transporte, y así mismo otras cuentas presentaron variaciones no tan significativas. Se puede apreciar que la cuenta de sueldos y salarios tienen mayor peso o mayor relevancia dentro de las cuentas de gastos para ambos períodos. El resultado del ejercicio para el 2017 fue de \$15.489,86, es decir, disminuyó en relación al año anterior.

3.7 Análisis mermas en Mi Supermercado

3.7.1 Inventario

El rubro de inventarios presentado en el Estado de Situación Financiera de la Mi Supermercado está compuesto por todos los elementos o bienes que posee para la venta, incluyendo la materia prima como las carnes de res, pollo, y chanco, las cuales necesitan pasar por procesos de corte, fileteo, empaclado y otros, antes de ser vendidos. Como todo supermercado de víveres, Mi Supermercado, tienen varias líneas de producto, incluyendo los productos cárnicos.

3.7.2 Ítems de productos

Los productos que oferta Mi Supermercado son variados y forman parte del inventario. Entre el stock de productos, se encuentran:

Tabla 8: *Detalle del Inventario de Mi Supermercado*

Detalle de productos Mi Supermercado		
Expresado en \$		
Productos	Subtotal	Total estimado al 2017
Alimentos comestibles		\$ 6.915,29
Productos cárnicos		\$ 36.833,90
Carne de res	\$ 13.746,20	
Pollo	\$ 7.197,25	
Chancho	\$ 15.890,45	
Embutidos		\$ 6.005,49
Productos lácteos		\$ 2.800,00
Mariscos y productos del mar		\$ 15.989,10
Camarón	\$ 8.098,11	
Pescado	\$ 7.890,99	
Otros productos (aseo, limpieza, cuidado personal)		\$ 2.500,23
Total inventario		\$ 71.044,01

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El cuadro anterior, muestra el detalle de los productos que oferta Mi Supermercado con sus respectivos montos en dólares al final del año 2017. Entre ellos, se encuentran productos comestibles, productos cárnicos del cual hace referencia el tema de investigación, embutidos, productos lácteos, mariscos y otros productos del mar y elementos de aseo, limpieza y cuidado personal, que también generan mermas, pero en niveles mínimos. El total de productos cárnicos en stock al final del período es de un aproximado de \$ 36.833,90.

3.7.3 Inventario y Estado de Situación Financiera

El inventario presentado en el Estado de Situación Financiera recoge el monto total de los productos perecedero y no perecederos al final del 2017, sin embargo, dicha cuenta está estructurada en inventario de materia prima, de productos en proceso y productos terminados (empacado y enfundado).

3.7.4 Inventario de materia prima

El inventario de materia prima está representado en su mayoría por las carnes de res, pollo y chancho en su estado natural que tiene Mi Supermercado gracias al abastecimiento de los mismos por parte de sus proveedores de productos cárnicos.

3.7.5 Inventario de productos en proceso

El inventario de productos en proceso cumple un papel fundamental dentro de los inventarios de Mi Supermercado. En el momento en que las carnes son entregadas por parte del proveedor respectivo, éstas se encuentran debidamente congeladas o en estado de refrigeración.

Es ahí, cuando necesitan pasar por un proceso o tratamiento de las carnes, en el cual, se realizan varias actividades como fileteo, cortes de carnes, corte en trozos, etc., de tal forma que constituyen parte en el procesamiento de las carnes antes de su venta. Finalmente, las carnes son empacadas y expuestas en las vitrinas frigoríficas e islas de congelación a los consumidores finales.

3.7.6 Inventario de productos terminados (empacado y enfundado)

El inventario de producto terminados, muy aparte de los otros productos que forman parte del inventario como los alimentos comestibles, productos lácteos, embutidos, entre otros, se compone de los productos cárnicos que ya han pasado por un proceso de tratamiento de carnes, en el cual, ya están para su venta, es decir, empacado o enfundado, dependiendo el tipo de carne de que se trate. Al 2017, este inventario asciende a \$ 36.833,90 como se expone a continuación:

Tabla 9: *Detalle de los productos cárnicos al 31 de diciembre 2017*

Detalle productos cárnicos con corte al 31-12-17		
Expresado en \$		
Productos	Subtotal	Total estimado al 2017
Productos cárnicos		\$ 36.833,90
Carne de res	\$ 13.746,20	
Pollo	\$ 7.197,25	
Chanco	\$ 15.890,45	
Total inventario productos terminados		\$ 36.833,90

		Peso en %
Inventario productos terminados	\$ 36.833,90	52%
Inventario	\$ 71.044,01	

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

El cuadro anterior muestra el total de inventario de carnes de res, pollo y choncho al final del período 2017 existente en Mi Supermercado. Dicho inventario, representa un 52% de la totalidad de los inventarios que posee el supermercado a esa fecha.

3.7.7 Contabilización de mermas

Normalmente, Mi Supermercado tiene un límite establecido para la generación de mermas, en el cual, las mermas no pueden sobrepasar las 200 libras diarias de carne establecidas para cada uno de los tres productos. De esta manera, el registro de las mermas afecta directamente al costo de ventas, es decir, las mermas se cargan a dicha cuenta porque es generadas en cantidades normales respecto de un porcentaje establecido como límite. Sin embargo, fueron registradas en resultados acumulados.

En el caso de que las mermas sobrepasen el porcentaje establecido, se considera que éstas se han generado en cantidades anormales, por lo cual, según lo establece la NIC 2, ya no forma parte del costo de ventas sino del gasto, bajo una cuenta denominada pérdidas por mermas o simplemente mermas. Si bien, Mi Supermercado no ha generado mermas en cantidades anormales, sí ha generado mermas en sus tres productos que no sobrepasan el límite establecido, lo cual, quiere decir son mermas en cantidades normales, y para ello, se basa en el uso de registros contables que incluyan que involucran cuentas de costo y de inventario principalmente.

3.7.8 Compra de materia prima

La compra de materia prima se ve reflejada en la cuenta de inventario de materia prima, la cual tiene su contrapartida en proveedores por pagar o cuentas por pagar a proveedores, como se expone a continuación:

Tabla 10: *Detalle compra de materia prima*

CUENTAS	DEBE	HABER
Inventario materia prima (productos cárnicos)	xxx	
Cuentas por pagar proveedores		xxx

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Este registro se utiliza cuando Mi Supermercado adquiere de parte de sus proveedores diversos los productos de carnes de res, pollo y chanco, los cuales, ofrecieron plazos de crédito acorde con el total del monto de carnes que se ha comprado.

3.7.9 Ingreso de carnes al área de procesamiento

El ingreso de carnes al área de cortes y demás actividades propias del proceso de tratamiento, se registra de acuerdo con el siguiente asiento contable:

Tabla 11: *Detalle de ingreso de carnes al área de procesamiento*

CUENTAS	DEBE	HABER
Inventario productos en proceso	xxx	
Inventario materia prima (productos cárnicos)		xxx

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

En el momento en que las carnes son entregadas a Mi Supermercado, se las envía directamente al área de cortes diversos, en donde, los operarios se encargan de realizar los respectivos cortes de carnes, fileteo y otros. Dicho proceso, es registrado contablemente en la cuenta de productos en proceso como se expuso en el cuadro anterior.

3.7.10 Mermas en la carne de res

En el caso de las carnes de res traídas de su respectivo proveedor, generan mermas desde su llegada sobre todo por el cuidado de la cadena de frío, ya que está expuesta a la pérdida de jugos naturales, lo cual afecta al peso y al valor pagado de dicha materia prima. También, se generan mermas luego de que ingresan al área de procesamiento, por procedimiento primarios como labores de cortado, pelado y otros.

3.7.11 Mermas en el pollo

Las mermas en el pollo son generadas al momento en que éstas sufren pérdidas a causa del factor descongelamiento, es decir, el pollo es congelado para conservar su duración y cuando se revierte el proceso de congelamiento, las moléculas pierden volumen y se generan pérdidas importantes. También, se generan mermas en el pollo, cuando pasan al área de procesamiento y se

desechan de ellas, los huesos, cartílagos, grasas, pieles, que representan pérdidas para Mi Supermercado.

3.7.12 Mermas en la carne de chanco

Al igual que los otros dos productos, las mermas en la carne de chanco se generan principalmente en el área de procesos, cuando tiene que darle los respectivos cortes y hacer trozos de la carne. En dicho proceso, se pierden partes como grasas, huesos, y otros.

3.7.13 Registro de mermas

Las mermas resultantes tanto desde que llegan los productos cárnicos hasta que éstos ingresan al área de procesamiento, deben cargarse al costo de ventas, en condiciones normales, obedeciendo al porcentaje establecido por Mi Supermercado. A continuación, se presenta el registro contable:

Tabla 12: *Modelo de registro contable de las mermas*

CUENTAS	DEBE	HABER
Costo de ventas (mermas)	xxx	
Inventario productos en proceso		xxx

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El cuadro anterior muestra el registro contable de las mermas generadas. El inventario de productos en proceso recoge el valor de las mermas, ya que se generan cuando las carnes entran al proceso de tratamiento. Una vez que se obtienen las mermas, éstas tienen que registrarse en la cuenta costo de ventas con su subcuenta mermas.

3.7.14 Política de mermas

En la generación de mermas, tanto en la carne de res, pollo y chanco, la empresa tiene establecida como política que éstas no pueden sobrepasar o superar un límite establecido de 200 libras diarias en el día ni de 72.000 libras anuales, tomando como referencia el año comercial de 360 días:

Tabla 13: *Políticas de cálculo para el registro de mermas*

	Mermas diarias	Año comercial	Mermas anuales	Aplicación NIC 2
Límite establecido	200 Lb.	360	72.000 Lb	Costo
Sobrelímite establecido	> 200 Lb.	(=) Cantidades anormales de mermas		Gasto

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Si las mermas sobrepasan los límites diarios o de otra forma calculando las mermas de manera anual, ya pasan a formar parte del gasto en el estado de resultado integral.

3.7.15 Proceso de comercialización

El proceso de comercialización en Mi Supermercado inicia desde que el respectivo proveedor entrega los pedidos realizados para luego proceder a dar a cumplimiento a los siguientes fases establecidas. En el proceso de investigación efectuado, se pudo validar que en las fases del proceso, únicamente se da el control en la última fase, es decir, en el momento de la venta. Sin embargo, no está implementado un control en la etapa de cortes y limpieza de carnes, que es donde más se generan las mermas. Por ende, es notorio que hay una deficiencia en cuanto a control interno respecto de cada procedimiento establecido en el proceso, como se observa a continuación:

Tabla 14 Proceso de comercialización

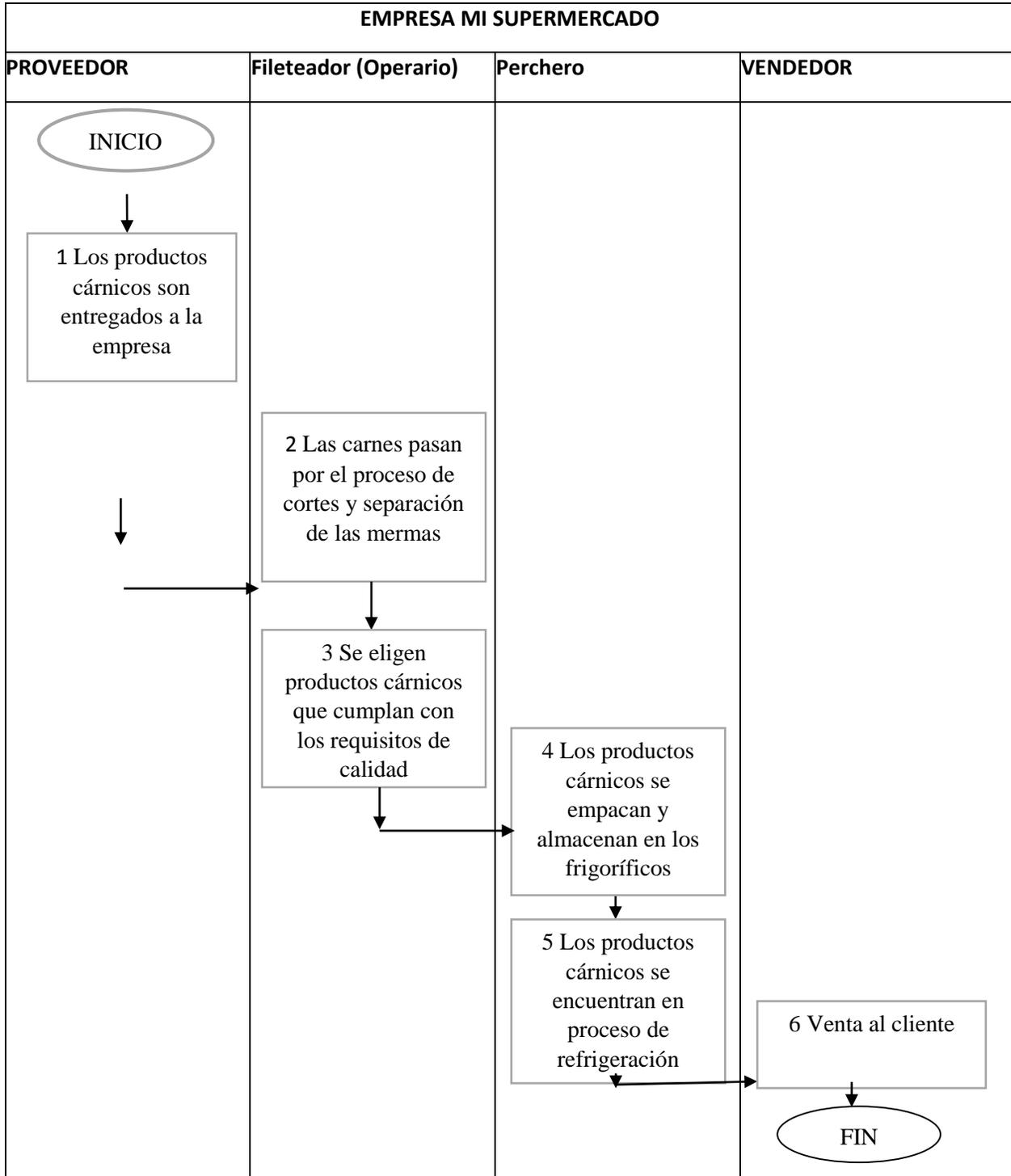
Mi Supermercado		
Proceso de comercialización		
SECUENCIA	PROCESO	RESPONSABLE
1	Entrega del proveedor: Los productos cárnicos son entregados a la empresa con el detalle de pesos, cantidades, precios, para luego pasar directamente por el área de procesamiento.	Proveedor
4	Recortado y Limpieza: Cada tipo de carne pasa por el proceso de cortes y separación de las mermas, en donde se determinan las cantidades excedentes del producto que no es posible vender.	Fileteador (Operario)
3	Selección: Se toma en consideración para la puesta en venta, solo los productos cárnicos que cumplan con los requisitos de calidad y de comercialización.	Fileteador (Operario)
3	Empaque y almacenamiento: Luego de haber pasado por el proceso de corte y selección, cada producto cárnico se empaca para posteriormente almacenarse en cada uno de los frigoríficos respectivos.	Perchero
3	Refrigeración: Los productos cárnicos se encuentran en proceso de refrigeración de acuerdo con las temperaturas adecuadas para los tipos de productos de carne de res, pollo y chancho.	Perchero
4	Control y venta del producto: Se realizan controles periódicos en el momento de la comercialización de cada producto.	Vendedor

Fuente : Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

3.7.16 Diagrama del proceso

Tabla 15 Diagrama del proceso de comercialización



Fuente : Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

3.7.17 Venta de productos cárnicos

Para la venta de productos cárnicos, la empresa tiene establecida una lista de precios de acuerdo a los márgenes de ganancias previsto y precios de la competencia. De esta manera, pone a disposición del público los productos derivados de carne de res, pollo y chancho con sus precios de venta establecida, los mismos que se muestran a continuación:

Tabla 16: *Lista de precios de Mi Supermercado*

Lista de precio "Mi Supermercado"		
	Productos	Precio por libra
Carne de pollo	Alas de pollo	\$ 1,00
	Espaldillas	\$ 1,25
	Piernas/caderas/pechugas	\$ 1,10
	Pollo vacío (x unidad)	\$ 5,80
	Muslitos	\$ 1,02
Carne de res	Lomo fino	\$ 3,50
	Lomo asado	\$ 3,80
	Pulpa prieta	\$ 3,25
	Pulpa blanca	\$ 3,70
	Pajarilla	\$ 3,40
	Carne molida	\$ 3,00
	Carne fileteada	\$ 3,65
Carne de chancho	Pernil de cerdo	\$ 5,50
	Nuca de cerdo	\$ 4,80
	Brazo de cerdo	\$ 4,10
	Chuleta	\$ 5,00
	Costillas	\$ 4,90

Fuente: Mi Supermercado

De acuerdo con el cuadro anterior, todos los productos, carnes de res, pollo y chancho, se venden por libra. En el caso de pollos vacíos que también vende Mi Supermercado, éstos se los

venden por unidad, estableciendo un precio de venta promedio de \$5,80, lo cual, varía también dependiendo el peso y tamaño del pollo puesto a la venta.

3.7.18 Análisis mermas en pollos

3.7.18.1 Ingresos por venta

Las ventas de los productos derivados del pollo, tales como: alitas, espaldillas, piernas y caderas, muslitos y también pollos vacíos ascendieron a un total \$324.062,01 para el año 2017, de los cuales, presentaron mayor acogida las espaldillas y los pollos vacíos:

Tabla 17: *Ingresos de ventas: producto pollo*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Alas	53,019.90	55,670.90	\$ 1.00	\$ 55,670.90
Espaldilla	51,844.90	53,400.25	\$ 1.25	\$ 66,879.92
Pierna/cadera	57,857.96	56,700.80	\$ 1.10	\$ 62,486.60
Pollo vacío	12,545.48	55,200.10	\$ 5.80	\$ 72,763.77
Muslitos	59,694.43	65,066.93	\$ 1.02	\$ 66,260.82
Total		286,038.98		\$ 324,062.01

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo con la tabla anterior, las partes del pollo que se venden se lo hace en base al peso en libras, excepto el pollo vacío que se lo vende por precio unitario. El precio de venta promedio de cada pollo vacío es de \$5,80.

3.7.18.2 Compra a proveedores

Para la venta de los productos, la empresa compra a sus proveedores los pollos completos, los mismos que luego de pasar por un proceso de tratamiento en el área de cortes y empaçado, se obtiene de ellos, los diferentes ítems como las alitas, espaldillas, muslitos y piernas/caderas. En el caso de pollos que se venden vacíos, son los mismos pollos que se compran a los proveedores, pero sin la parte interna como menudencias, vísceras, etc. Para el año 2017, la compra total de de pollos fue de \$102.858,00 como se observa a continuación:

Tabla 18: *Compras a proveedores: producto pollo*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Pollo entero	51,429	360,003	\$ 2.00	\$ 102,858.00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Un total de 51.429 pollos adquirió Mi Supermercado durante todo el año 2017, cuyo peso total fue de 360.003 libras. El valor de cada pollo es de \$2,00 en promedio. De esos pollos, se vendieron las distintas partes de los mismos con sus respectivos costos establecidos.

3.7.18.3 Costo de ventas pollo

Para el análisis del costo de ventas, se analizaron los inventarios, tanto finales del año anterior como del año objeto de estudio y también el total de compras realizadas de pollos:

Tabla 19: *Inventario final 2016: Producto Pollo*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Alas	702	737.10	\$ 0.57	\$ 421.20
Espaldilla	1,566	1,612.98	\$ 0.56	\$ 908.28
Pierna/cadera	1,143	1,120.14	\$ 0.71	\$ 800.10
Pollo vacío	653	2,873.20	\$ 2.30	\$ 1,501.90
Muslitos	1,130	1,231.70	\$ 0.57	\$ 700.60
Total		7,575.12		\$ 4,332.08

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El inventario final del año 2016 sirve como base para el cálculo del costo de ventas, puesto que representa el inventario inicial para el siguiente año. Este inventario fue de \$4.332,08 y está compuesto por las unidades de cada producto con sus costos respectivos segregados para cada uno de ellos. Así mismo, se tiene el detalle del inventario final del año 2017:

Tabla 20: *Inventario final 2017: Producto Pollo*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Alas	3,073	3,226.65	\$ 0.57	\$ 1,839.19
Espaldilla	1,566	1,612.98	\$ 0.56	\$ 908.28
Pierna/cadera	2,240	2,195.20	\$ 0.71	\$ 1,568.00
Pollo vacío	892	3,924.80	\$ 2.30	\$ 2,051.60
Muslitos	1,339	1,459.51	\$ 0.57	\$ 830.18
Total		12,419.14		\$ 7,197.25

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

El inventario presentado en la tabla anterior fue de \$7.197,25 para el año 2017, es decir, fue mayor comparado con el inventario del año anterior, siendo los productos como pollos vacíos los que menos se vendieron.

3.7.18.4 Estado de Resultado Integral por producto: pollo

Tabla 21: *Estado de Resultado Integral Acumulado*

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL		
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017		
EXPRESADO EN DÓLARES		
Ventas		\$ 324,062.01
Inventario Inicial	\$ 4,332.08	
(+) Compras	\$ 102,858.00	
(=) Merc. Disponible	\$ 107,190.08	
(-) Inventario Final	\$ 7,197.25	
Costo de Ventas		\$ 99,992.83
Utilidad Bruta		\$ 224,069.18

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

El estado de resultado integral por línea de productos, en este caso el pollo, muestra que las ventas ascendieron en el año 2017 a \$324.062,01. Mientras que el costo fue de \$99.992,83, para la cual, la utilidad bruta en la venta acumulada fue de \$224.069,18.

3.7.18.5 Análisis de pérdidas por mermas: pollo

Tabla 22: *Detalle de mermas generadas en libras: producto pollo al 31 diciembre 2017*

DETALLE DE PÉRDIDAS POR MERMAS		
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017		
LIBRAS		
Ventas		286,038.98
Inventario Inicial	7,575.12	
(+) Compras	360,003.00	
(=) Merc. Disponible	367,578.12	
(-) Inventario Final	12,419.14	
Costo de Ventas		355,158.98
Pérdida (mermas)		-69,120.00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El análisis que muestra la tabla anterior sobre libras de pollo se lo hace con el objetivo de evaluar la generación de mermas. En este caso, se lo ha preparado para un período de tiempo de un año. Muestra las libras totales de pollo reales que se vendieron, así como el total de las libras disponibles menos el inventario final. El resultado fue negativo, lo que quiere decir, que las mermas fueron de 69120 libras que se dedujeron del total de libras para la venta.

3.7.18.6 Generación de mermas

En este caso, las mermas generadas en libras y presentes en el detalle de pérdidas por mermas bordean las 69.120 libras, las cuales, se presentan con signo negativo. En caso de que las mermas lleguen a superar las 72.000, éstas se considerarían como cantidades anormales o más aún si la utilidad bruta da como resultado un valor positivo, significa que existen factores dentro de la empresa, por ejemplo, que los pollos o sus miembros estén siendo robados u otra causa. Si bien, en este caso, las mermas no sobrepasan el límite, casi están por sobrepasar, lo que se traduce en que están altas y hay que minimizar su generación.

3.7.19 Análisis mermas en carnes de res

3.7.19.1 Ingresos por venta

Las ventas totales de carnes de res vendidas por libras ascendieron a \$1'095.649,55, de las cuales tuvo mayor venta la carne fileteada con \$208.495,63 y la pulpa blanca con \$168.979,33. En total, se vendieron 314.494 libras de carne en sus diferentes tipos y cada libra de carne respectiva tiene su precio de venta establecido:

Tabla 23: *Ingresos por ventas: Productos carnes*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Lomo fino	43,250.50	43,250.50	\$ 3.50	\$ 151,376.75
Lomo asado	44,120.14	44,120.14	\$ 3.80	\$ 167,656.53
Pulpa prieta	42,030.90	42,030.90	\$ 3.25	\$ 136,600.43
Pulpa blanca	45,670.09	45,670.09	\$ 3.70	\$ 168,979.33
Pajarilla	39,100.10	39,100.10	\$ 3.40	\$ 132,940.34
Carne molida	43,200.18	43,200.18	\$ 3.00	\$ 129,600.54
Carne fileteada	57,122.09	57,122.09	\$ 3.65	\$ 208,495.63
Total		314,494.00		\$ 1,095,649.55

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo a la tabla anterior, los precios de venta son establecidos por Mi Supermercado y la carne más cara es el lomo asado que tiene un costo por libra de \$3,80.

3.7.19.2 Compra de carne de res

Para la venta de carne de res, se adquieren las respectivas reses ya faenadas y por trozos a los proveedores, donde posteriormente pasan por el área de tratamiento de Mi Supermercado y se obtiene los respectivos tipos de carnes ya conocidos.

Para el año 2017 se tienen las siguientes compras de reses:

Tabla 24: *Compras a proveedores: productos res*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Reses faenadas x trozo	3,816	381,600	\$ 2.50	\$ 954,000.00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

El valor por compras de reses ascendió a \$954.000,00. Es decir, se compraron 3.816 trozos de reses cuyo costo por libra es de \$2,50. Cada trozo de carne de res tiene un peso de 100 libras, es decir, el total de libras por 10.6 reses compradas es de 1.060, que, multiplicado por cada día, da un total de 381.600 libras.

3.7.19.3 Costo de ventas carne de res

Para el análisis del costo de ventas se tiene a continuación el detalle del inventario final de carnes con el que terminó Mi Supermercado:

Tabla 25: *Inventario final 2016: producto res*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Lomo fino	173	173	\$ 2.20	\$ 380.60
Lomo asado	348	348	\$ 2.30	\$ 800.40
Pulpa prieta	178	178	\$ 2.00	\$ 356.00
Pulpa blanca	109	109	\$ 1.70	\$ 185.30
Pajarilla	615	615	\$ 1.50	\$ 922.50
Carne molida	176	176	\$ 1.00	\$ 176.00
Carne fileteada	4,411	4,411	\$ 1.50	\$ 6,616.50
Total		6,010		\$ 9,437.30

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El inventario final del año 2016 representa el inventario inicial para el siguiente año. Este inventario fue de \$9.437, el cual muestra el total de libras de carne por cada ítem con sus respectivos costos, siendo la carne de lomo asado la más cara en cuanto a costos. Así mismo, se tiene el detalle del inventario final del año 2017:

Tabla 26: *Inventario final 2017: Producto res*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Lomo fino	1,046	1,046	\$ 2.20	\$ 2,301.20
Lomo asado	500	500	\$ 2.30	\$ 1,150.00
Pulpa prieta	1,200	1,200	\$ 2.00	\$ 2,400.00
Pulpa blanca	700	700	\$ 1.70	\$ 1,190.00
Pajarilla	1,890	1,890	\$ 1.50	\$ 2,835.00
Carne molida	1,200	1,200	\$ 1.00	\$ 1,200.00
Carne fileteada	1,780	1,780	\$ 1.50	\$ 2,670.00
Total		8,316		\$ 13,746.20

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El inventario presentado en la tabla anterior fue de \$13.746,20 para el año 2017, es decir, fue mayor comparado con el inventario del año anterior, siendo carnes pajarilla y fileteada las que menos se vendieron en el transcurso del año.

3.7.19.4 Estado de Resultados Integral por producto: carne de res

Tabla 27: *Estado de Resultado Integral Acumulado*

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL		
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017		
EXPRESADO EN DÓLARES		
Ventas		\$ 1,095,649.55
Inventario Inicial	\$ 9,437.30	
(+) Compras	\$ 954,000.00	
(=) Merc. Disponible	\$ 963,437.30	
(-) Inventario Final	\$ 13,746.20	
Costo de Ventas		\$ 949,691.10
Utilidad Bruta		\$ 145,958.45

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo con los datos analizados, las ventas de carnes de res ascendieron en el año 2017 a \$1'095.649,55. Mientras que el costo fue de \$949.691,10, para la cual, se tiene una utilidad bruta anual en la venta de carnes de res de \$145.958,45.

3.7.19.5 Análisis de pérdidas por mermas: carne de res

Tabla 28: *Detalle de mermas generadas en libras: producto carne de res al 31 diciembre 2017*

DETALLE DE PÉRDIDAS POR MERMAS		
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017		
LIBRAS		
Ventas		314,494.00
Inventario Inicial	6,010.00	
Compras	381,600.00	
Merc. Disponible	387,610.00	
Inventario Final	8,316.00	
Costo de Ventas		379,294.00
Pérdida (mermas)		-64,800.00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

El detalle de pérdidas por mermas en cuanto a carne de res muestra que durante el año 2017 se vendieron alrededor de 314.494 libras de carne, de los cuales se obtuvo una merma de 64.800 libras, casi bordeando el límite establecido de 72.000 anuales.

3.7.19.6 Generación de mermas

Al igual que el pollo, las carnes de res, en cuanto a mermas se refiere no pueden sobrepasar las 200 libras de carne diaria en mermas, ni de 72000 libras anuales. Por cuestión del tratamiento de las carnes, en lo que es cortado, fileteado, deshuesado y otros tipos de cortes, se han generado alrededor de 64.800 libras de mermas, consideradas como mermas normales para el año 2017. Es decir, no sobrepasó las 72000 libras, que ya serían consideradas como anormales.

3.7.20 Análisis mermas en carnes de chanco

3.7.20.1 Ingresos por venta

Las ventas totales de carnes de cerdo, considerando que el tipo de carne más cara bordea los \$380.447, 81 fue de \$1'454.784,39 para el año 2017, es decir se vendieron alrededor de 298673.20 libras de carne de chanco, las cuales, tiene también su precio de venta por libra establecido:

Tabla 29: Ingresos por ventas: producto carne de chanco

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Pernil de cerdo	2,839.05	56,780.90	\$ 5.50	\$ 312,294.95
Nuca de cerdo	6,348.64	50,789.09	\$ 4.80	\$ 243,787.63
Brazo de cerdo	10,900.00	54,500.00	\$ 4.10	\$ 223,450.00
Chuleta	29,480.40	58,960.80	\$ 5.00	\$ 294,804.00
Costillas	25,880.80	77,642.41	\$ 4.90	\$ 380,447.81
Total		298,673.20		\$ 1,454,784.39

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo a la tabla anterior, los precios de venta son establecidos por Mi Supermercado y la carne de chanco más cara está representada por el pernil de cerdo, el cual, tiene un precio de venta por libra de \$5.50.

3.7.20.2 Compra de carne de chanco

Para la venta de carne de chanco, Mi Supermercado adquiere de sus respectivos proveedores los cerdos faenados enteros, los cuales, sometidos a un proceso de corte en el área de tratamiento de carnes, se obtiene de estos los productos como: perniles, nuca, brazos, chuletas y costillas de cerdo. Las compras de reses ascendieron a \$1'028.160 en el año 2017:

Tabla 30: Compras a proveedores: carne de chanco

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Cerdo faenado x mitad	1,836	367,200	\$ 2.80	\$ 1,028,160.00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Los cerdos faenados por trozos se los adquiere por un valor de \$150,00. Un trozo de cerdo pesa 200 libras en promedio, y cada día se compra alrededor de 5.1 trozos de cerdo, lo cual, quiere decir que anualmente, se compran alrededor de 1836 cerdo faenados.

3.7.20.3 Costo de ventas carne de chanco

Para efectos de analizar el costo de ventas se tiene a continuación el detalle del inventario final de carnes de chanco presentado por Mi Supermercado:

Tabla 31: *Inventario final 2016: Producto carne de chanco*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Pernil de cerdo	32	646.36	\$ 2.94	\$ 1,900.30
Nuca de cerdo	72	575.29	\$ 2.78	\$ 1,599.30
Braza de cerdo	123	1,230.77	\$ 2.60	\$ 3,200.00
Chuleta	261	1,045.82	\$ 2.20	\$ 2,300.80
Costillas	143	428.71	\$ 3.50	\$ 1,500.50
		3,926.95		\$ 10,500.90

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El inventario final del año 2016 representa el inventario inicial para el año 2017. Este inventario fue de \$10.500,90 el cual muestra el total de libras de carne de chanco con sus respectivos costos unitarios por libra, siendo las costillas de cerdo las más caras en cuanto a costos se habla. Así mismo, se tiene el detalle del inventario final del año 2017:

Tabla 32: *Inventario final 2017: Producto carne de chanco*

DETALLE	UNID.	PESO LBRAS.	VALOR X LIBRA	VALOR TOTAL
Pernil de cerdo	47	949.29	\$ 2.94	\$ 2,790.90
Nuca de cerdo	183	1,467.63	\$ 2.78	\$ 4,080.00
Braza de cerdo	181	1,807.69	\$ 2.60	\$ 4,700.00
Chuleta	266	1,063.43	\$ 2.20	\$ 2,339.55
Costillas	189	565.71	\$ 3.50	\$ 1,980.00
		5,853.75		\$ 15,890.45

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

El inventario final del 2017 presentado en la tabla anterior fue de \$15.890,45 para el año 2017, es decir, fue mayor comparado con el inventario del año anterior, siendo las nuca de cerdo y los brazos del mismo los que menos se vendieron en el año.

3.7.20.4 Estado de Resultados Integral por producto: carne de chanco

Tabla 33: *Estado de Resultado Integral Acumulado*

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL		
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017		
EXPRESADO EN DÓLARES		
Ventas		\$ 1,454,784.39
Inventario Inicial	\$ 10,500.90	
Compras	\$ 1,028,160.00	
Merc. Disponible	\$ 1,038,660.90	
Inventario Final	\$ 15,890.45	
Costo de Ventas		\$ 1,022,770.45
Utilidad Bruta		\$ 432,013.94

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo con los datos analizados anteriormente, las ventas de carne de chanco ascendieron en el año 2017 a \$1'454.784,39. Mientras que el costo fue de \$1'022.770,45, para la cual, se tiene una utilidad bruta en la venta de carnes de \$432.013,94.

3.7.20.5 Análisis de pérdidas por mermas: carne de chanco

Tabla 34: *Detalle de mermas generadas en libras: producto carne de chanco al 31 diciembre 2017*

DETALLE DE PÉRDIDAS POR MERMAS		
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017		
LIBRAS		
Ventas		298,673.20
Inventario Inicial	3,926.95	
Compras	367,200.00	
Merc. Disponible	371,126.95	
Inventario Final	5,853.75	
Costo de Ventas		365,273.20
Pérdida (mermas)		-66,600.00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

El detalle de pérdidas por mermas acumulado muestra que durante el año 2017 se vendieron alrededor de 298.673.20 las libras de carne de chanco. Del total de libras de carne, se dedujeron alrededor de 66.600 por concepto de mermas generadas.

3.7.20.6 Generación de mermas

Las mermas generadas por libras en la venta de carne de chanco ascienden a 66.600 libras en el año 2017, casi bordeando el límite establecido de 72.000 libras en un año. Esto se debe a que la carne de chanco genera también gran cantidad de mermas después del pollo.

3.7.21 Mermas normales

Tabla 35: *Detalle en libras de las tres líneas de productos*

Mermas año 2017	
En libras	
Pollo	69,120
Carne de res	64,800
Carne de chanco	66,600
Total	200,520

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Si bien es cierto, las mermas generadas en los tres productos no sobrepasaron durante el período estudiado los límites establecidos por la empresa, igualmente se dieron en cantidades netamente normales. Estas mermas, aunque no se presenten en cantidades anormales deben ser disminuidas, ya que representan valores que Mi Supermercado no va a poder recuperar.

3.7.22 Registro contable de mermas

Durante el 2017, se generaron mermas, tanto en productos cárnicos como en los otros bienes que vende Mi Supermercado por \$368.133,06 y \$13.087,80 respectivamente. La suma total de mermas es de \$381.220,86 que debieron registrarse en el costo. Sin embargo, éstas fueron cargadas en resultados acumulados y no se reconocieron en el costo de ventas. Se tiene el siguiente registro:

Tabla 36: *Registro contable de las mermas generadas*

CUENTAS	PARCIAL	DEBE	HABER
Resultados acumulados (Patrimonio)		\$ 381.220,86	
Mermas productos cárnicos	\$ 368.133,06		
Mermas otros productos	\$ 13.087,80		
Inventario			\$ 381.220,86

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

3.7.23 Incidencia en el costo de cada producto cárnico

De acuerdo con el análisis realizado de las mermas generadas en cada producto cárnico, se observa continuación la representación que tienen las mermas sobre los costos por producto:

Tabla 37: *Incidencia de las mermas en el costo de productos cárnicos*

% Mermas sobre costo de ventas por productos cárnicos	2017
Mermas en \$	\$ 368.133,06
Costo de ventas de productos cárnicos	\$ 2.072.454,38
Resultado	18%

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Las mermas generadas durante todo el período 2017 representan un 18% de todo el costo de productos cárnicos, significa que ese porcentaje son las libras de mermas que no se vendieron y que se encuentran cargadas y valoradas dentro de resultados acumulados. De esta manera, se refleja la incidencia y consecuencia sobre la rentabilidad de la empresa, ya que, si bien las mermas se dan en cantidades normales de acuerdo a la política establecida, éstas están impactando fuertemente al costo de cada producto cárnico.

3.7.24 Análisis de la política de la empresa en la aplicación de las mermas

De acuerdo con el siguiente cuadro, se observa la política de la empresa sobre el límite máximo de las mermas:

Tabla 38: Análisis de la política de la empresa en la aplicación de las mermas

	Libras anuales	Libras diarias	Límite de mermas	% representación
Compras anuales en Lb.				
Pollo	360,003	1,000.01	200	20%
Carne	381,600	1,060.00	200	18.87%
Chancho	367,200	1,020.00	200	19.61%
Total	1,108,803	3,080.01	600	

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Se aprecia que, considerando un límite diario de mermas de 200 libras para cada producto, el porcentaje que dichas mermas representa sobre el nivel de compras diario es alto, es decir, se lo considera como mermas y se carga a resultados acumulados. En el caso del pollo, las 200 libras límite se divide para las 1000 libras diarias compradas aproximadas, lo cual, quiere decir un 20% del producto se considerará como mermas.

3.7.25 Mermas sobre nivel de compras

A continuación, se tiene el promedio diario de mermas de cada producto y su representación sobre el nivel de compras diarias realizado:

Tabla 39: Afectación de las mermas sobre el nivel de compras

	Libras anuales	Libras diarias	Mermas reales diarias	% representación
Compras anuales en Lb.				
Pollo	360,003	1,000.01	192	19%
Carne	381,600	1,060.00	180	17%
Chancho	367,200	1,020.00	185	18%
Total	1,108,803	3,080.01	557	

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Si anteriormente se consideraba el límite de 200 libras diarias, ahora se tiene en el cuadro anterior las cantidades reales en promedio de mermas generadas. Se observa que las mermas reales en el caso del pollo se dieron en un promedio diario de 192 libras, lo cual, dividido para el promedio de compras de 1000.01 libras, representa un 19%.

CAPÍTULO IV

INFORME TÉCNICO

Este proyecto de investigación está direccionado en el estudio y análisis de la generación de mermas en la empresa Mi Supermercado., ya que las cantidades normales de mermas que se dan, de acuerdo con los límites establecidos por la compañía en razón de cada producto, afectan directamente al costo de ventas en el momento en que los productos cárnicos entran a procesamiento, aumentando de esta manera la cuenta Costo de Ventas por concepto de mermas en el Estado de Resultado Integral.

4.1 Análisis de mermas

Las mermas generadas en Mi Supermercado durante todo el período 2017 en cuanto a los tres productos se dieron durante el proceso de cortes, fileteo y demás operaciones propias del proceso de tratamiento de las carnes. Si estas mermas hubieran sobrepasado los porcentajes límites, ya formarían parte del gasto por mermas. A continuación, se presentan los montos en dólares por cada uno de los productos sobre las mermas generadas y los registros contables correspondientes, para ello se tiene la siguiente fórmula:

$$\text{Mermas en \$} = \frac{\text{Mermas en libras}}{\text{Compras en libras}} \times \text{Compras en \$}$$

La fórmula anterior permite determinar las mermas en dólares en base al total de compras realizadas en libras, puesto que las mismas entraron a procesamiento. Luego la razón o porcentaje resultante se multiplica por el monto de compras en dólares. El resultado es que una parte en dinero de esas compras se registró por consiguiente como mermas durante la etapa en que carnes entraron en procesamiento.

4.1.1 Mermas carne de pollo

Las mermas en la carne de pollo se determinaron dividiendo las mermas en libras generadas para el total de compras en libras realizadas. Dicho resultado se multiplica para el valor por compras, dando un monto de \$19.738,45, el valor de mermas más bajo en comparación con los productos adicionales, sobre todo porque los costos que ofrece el proveedor de pollo son realmente bajos:

$$\text{Mermas en \$} = \frac{69.120}{360.003} \times 102.858 = 19.738,45$$

4.1.2 Mermas carne de res

Por su parte, las mermas en la carne resultaron de la división de las mermas en libras generadas para el total de compras en libras. El resultado se multiplica para el valor de compras, dando un monto de \$161.989,20, un valor alto al igual que las mermas por la carne de chanco ya que sus costos de acuerdo con los precios del mercado son más elevados:

$$\text{Mermas en \$} = \frac{64.800}{381.600} \times 954.000 = 161.989,20$$

4.1.3 Mermas carne de chanco

Por último, las mermas generadas en la carne de chanco se obtuvieron dividiendo las mermas en libras para el total de compras en libras. El resultado se multiplica para el monto de compras, dando un valor de \$186.405,41, el valor más alto en cuanto a mermas, puesto que la carne de chanco es la más cara que hay en el mercado en comparación con otros productos:

$$\text{Mermas en \$} = \frac{66.600}{367.200} \times 1'028.160 = 186.405,41$$

4.1.4 Mermas totales

A continuación, se presenta un resumen de las mermas en dólares que se generaron durante el 2017 y que fueron cargadas en resultados acumulados:

Tabla 40 *Mermas valoradas en dólares y representación del total de mermas*

Producto	Mermas en dólares	%
Carne de res	\$ 161.989,20	44%
Carne de pollo	\$ 19.738,45	5%
Carne de chanco	\$ 186.405,41	51%
Total	\$ 368.133,06	100%

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo con el cuadro anterior, se generaron mermas en libras valoradas por un total de \$368.133,06 que fueron cargadas a resultados acumulados no reconociéndolas en el costo de ventas. En el caso específico de Mi Supermercado, la empresa no recuperó ninguno de estos valores, ya que no se tomaron decisiones como por ejemplo vender las que mermas para otros fines o destinarlas a otro uso.

La merma más representativa es la proveniente de la carne de chanco, ya que tiene un peso o representa un 51% del total del monto en dólares de mermas, lo cual significa que en ese tipo de carne se da la mayor cantidad de mermas y que requiere de la aplicación de controles para minimizar su generación:

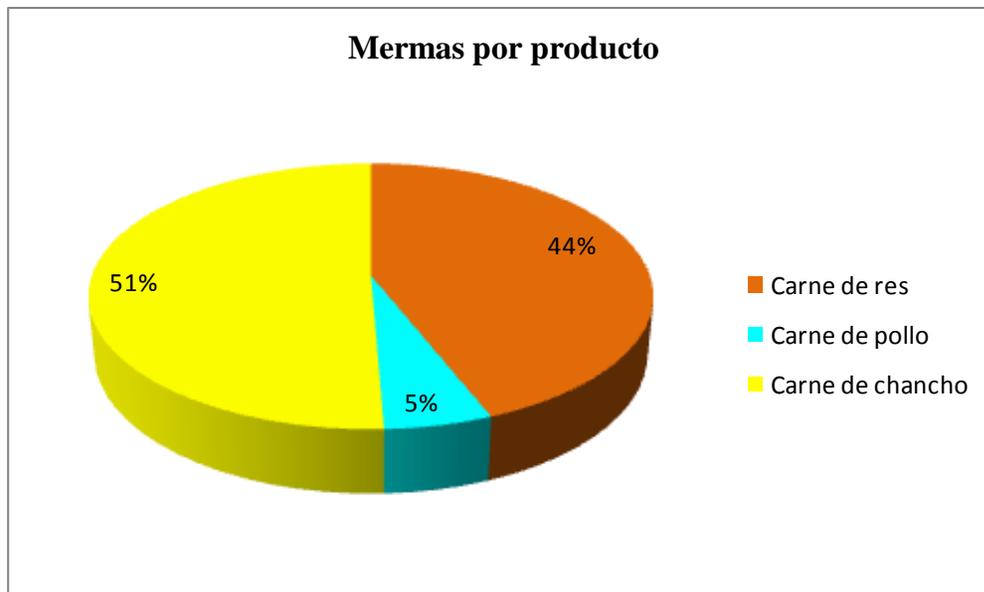


Figura 2 *Porcentaje de mermas por producto*

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

La aplicación de controles iría destinada más que todo en el momento del procesamiento de la carne de res y de chanco, puesto que son las carnes que generan más mermas en comparación con la carne de pollo. También es necesario evaluar constantemente la causa de la generación de mermas, si se debe a factores externos relacionados directamente con el producto o el proveedor del mismo o si tiene que ver con procedimientos o actividades inherentes relacionadas a la etapa de procesamiento.

4.1.5 Registros contables

De acuerdo con el análisis de la generación de mermas, se plantea realizar los siguientes registros contables, en donde se incluya el reconocimiento de las mermas en el costo de ventas, ya que es en el procesamiento de cárnicos en donde se genera:

Tabla 41 *Registros contables en la generación de mermas*

Registro n° 1

CUENTAS	DEBE	HABER
Inventario materia prima (productos cárnicos)	\$ 2,085,018.00	
Cuentas por pagar proveedores		\$ 2,085,018.00

Registro n° 2

CUENTAS	DEBE	HABER
Inventario productos en proceso	\$ 2,085,018.00	
Inventario materia prima (productos cárnicos)		\$ 2,085,018.00

Registro n° 3

CUENTAS	DEBE	HABER
Costo de ventas (mermas)	\$ 368,133.06	
Inventario productos en proceso		\$ 368,133.06

Registro n° 4

CUENTAS	DEBE	HABER
Inventario productos terminados	\$ 1,716,884.94	
Inventario productos en proceso		\$ 1,716,884.94

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Registro n°1: Se carga al inventario de materia prima las compras totales acumuladas de todo el año por los tres productos y se acredita a cuentas por pagar a proveedores por el mismo valor.

Registro n°2: Luego de realizadas las compras, éstas entran a procesamiento, por lo cual, se cargan al inventario de productos en proceso y se da de baja al inventario de materia prima.

Registro n°3: En el momento del procesamiento, se determinan mermas en libras de todas las compras realizadas, las cuales son valoradas y cargadas a la cuenta de costo de ventas (mermas). La contrapartida viene a ser inventario de productos en proceso, puesto que fue durante el procesamiento en que se dieron dichas mermas.

Registro n°4: Por último, los productos cárnicos resultantes luego del procesamiento son valorados y enviados a la cuenta de inventario de productos terminados, que representa las carnes que ya están libres de mermas y están disponibles para su posterior venta. Finalmente, lo que quedó de los inventarios en proceso viene a ser la contrapartida contable.

4.2 Detalle de mermas por producto

En la revisión efectuada en el análisis de las mermas generadas, se determinó que las pérdidas provenientes de productos cárnicos representan el porcentaje más elevado dentro de la gama de productos que oferta Mi Supermercado como se observa a continuación:

Tabla 42 *Porcentaje de mermas por cada producto*

Productos	Compras	Mermas	% mermas	Neto
Compras carnes	\$ 2,085,018.00	\$ 368,133.06	10%	\$ 1,716,884.94
Comestibles	\$ 450,014.00	\$ 2,700.08	0.6%	\$ 447,313.92
Embutidos	\$ 350,130.00	\$ 2,450.91	0.7%	\$ 347,679.09
Lácteos	\$ 314,000.00	\$ 1,256.00	0.4%	\$ 312,744.00
Mariscos	\$ 306,100.00	\$ 6,122.00	2%	\$ 299,978.00
Otros productos	\$ 186,269.20	\$ 558.81	0.3%	\$ 185,710.39
Total	\$ 3,691,531.20	\$ 381,220.86	14%	\$ 3,310,310.34

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Como se aprecia en la tabla 39, las compras por todos los productos ascienden a \$3´691.531,20, de los cuales, las mermas por productos cárnicos alcanzan un 10%. Sin embargo, las mermas por los otros productos que tampoco fueron reconocidos en el costo de ventas, entre ellos comestibles, embutidos, lácteos, mariscos y otros suman un 4% de mermas anuales. Es decir, el total de mermas que se generaron en Mi Supermercado fueron de un 14%. A continuación, se presentan también los niveles de compras anuales por cada producto y sus respectivas mermas:



Figura 3 Mermas sobre compras por producto

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

4.3 Reclasificación contable

De acuerdo con el análisis efectuado y debido a que las mermas fueron cargadas a la cuenta patrimonial de resultados acumulados, se debe hacer la respectiva reclasificación, reconociendo la mermas en el costo de ventas y saldando resultados acumulados. El registro contable es de la siguiente manera:

Tabla 43 Asiento de reclasificación contable

CUENTAS	PARCIAL	DEBE	HABER
Costo de ventas		\$ 381.220,86	
Mermas productos cármicos	\$ 368.133,06		
Mermas otros productos	\$ 13.087,80		
Resultados acumulados (Patrimonio)			\$ 381.220,86

Fuente: Mi Supermercado.

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

4.4 Impacto en el Estado de Resultado Integral

A continuación, se presenta la composición del costo de ventas y un análisis del impacto que generan las mermas, reconociéndolas en el costo:

Tabla 44 *Impacto de mermas en el Estado de Resultado Integral*

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL 2017		
	Real	Propuesta
Composición costo de ventas		
Inventario inicial	\$ 86,008.24	\$ 86,008.24
Compras netas	\$ 3,691,531.20	\$ 3,691,531.20
Mermas	\$ -	\$ 381,220.86
Productos cárnicos	\$ -	\$ 368,133.06
Comestibles	\$ -	\$ 2,700.08
Embutidos	\$ -	\$ 2,450.91
Lácteos	\$ -	\$ 1,256.00
Mariscos	\$ -	\$ 6,122.00
Otros productos	\$ -	\$ 558.81
Inventario final	\$ (71,044.01)	\$ (71,044.01)
Costo de ventas total	\$ 3,706,495.43	\$ 4,087,716.29

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Como se observa en el cuadro, se tienen los datos de inventario inicial y final que proporciona los estados financieros para el período 2017. En él se demuestra que el costo de ventas se vería aumentado producto del reconocimiento de las mermas totales por tipo de producto valoradas en \$381.220,86, evidenciando que el costo aumenta a \$4'087.716,29. De esta manera, se determina el impacto hacia el costo de ventas total de Mi Supermercado, ya que las mermas suponen algo que ya no se encuentra físicamente y que probablemente no contribuyó a la recuperación de algún valor, sin embargo está sobrevalorando el costo y consecuentemente disminuye la rentabilidad.

4.5 Impacto en el Estado de Situación Financiera

Dentro del Estado de Situación Financiera, se refleja la composición del rubro de los inventarios, los inventarios iniciales y finales, y también las compras realizadas durante el año:

Tabla 45 *Impacto de mermas en el Estado de Situación Financiera*

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA 2017	
Composición inventarios	
Inventario inicial + compras totales anuales	\$ 3,775,663.01
Venta de inventario	\$ (3,323,398.14)
Mermas	\$ (381,220.86)
Inventario final	\$ 71,044.01

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Como se puede apreciar, el inventario se ve disminuido por la generación de mermas por todo el producto, incluidos los cárnicos por un valor de \$381.220,86 que es el monto que se dio de baja en la subcuenta de inventario de productos en proceso. Dicho valor representa una pérdida para la empresa, ya que Mi Supermercado botó dichos desperdicios o mermas y no recuperó ningún valor. Por el contrario, si se hubiera aprovechado la idea de vender aquellas mermas consideradas como buenas para el consumo, se tendría aumentada la cuenta de inventarios por las mermas disponibles para la venta a un bajo valor.

4.6 Recuperación de ingresos

Como parte de la propuesta de este proyecto de investigación, se analiza el nivel de mermas generadas para cada producto, con el objetivo de poder evaluar la posibilidad de que parte de las mismas sean vendidas para un fin específico. Por ello, se propone a continuación la estimación de otros ingresos:

4.6.1 Determinación de mermas de pollo

Tabla 46 *Determinación de mermas por unidad de pollo*

	Unidades	Mermas Lb.	Compras Lb.	Venta real Lb.
	51,429	69,120	360,003	290,883
Pollo	5.66	1 (Venta real Lb./unidades)		
Peso mermas	1.34	2 (Mermas Lb./unidades)		
Peso pollo (en libras)	7.00	(=) sumatoria 1 + 2		

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

De acuerdo con el cuadro anterior, se determina que el peso que representa el total de mermas de pollo en cada unidad es de 1,34 libras, factor que se obtiene dividiendo mermas en libras para cada unidad de pollo. Mientras tanto, las 5,66 libras restante representan la venta real en libras por cada pollo.

4.6.2 Venta de mermas de pollo

Tabla 47 *Ingresos por venta de mermas*

Composición merma	Factor	Mermas (Lb.)	Precio estimado	Otros ingresos
Menudencias	0.70	36,000.30	\$ 0.30	\$ 10,800.09
Pellejos, grasas	0.64	33,119.70		
Total	1.34	69,120.00		\$ 10,800.09

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Una de las propuestas es que de las 1,34 libras se venda una parte, para lo cual, mediante un análisis se determina que sí es posible vender dichas menudencias. En este sentido, Mi Supermercado desechaba las menudencias, por ello, se propone que éstas se vendan a un precio referencial en el mercado de \$0,30 por libra, ya que permitirá recuperar \$10.800,09 del total de mermas por dicho producto que asciende a \$19.378,45.

4.6.3 Determinación de mermas de carne de res

Tabla 48 *Determinación de mermas por carne de res*

	Reses	Mermas Lb.	Compras Lb.	Venta real Lb.
	3,816	64,800	381,600	316,800
Carne de res	83.02	1 (Venta real Lb./reses)		
Peso mermas	16.98	2 (Mermas Lb./reses)		
Peso res (en libras)	100	(=) sumatoria 1 + 2		

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Al igual que el pollo, se determinó que por cada trozo de carne de res se pierde 16,98 libras, constituyéndose en mermas para Mi Supermercado. Dicho promedio, se lo obtiene dividiendo el total de mermas para los trozos de carne de res. De tal forma, se plantea vender también parte de esas mermas con el objetivo de recuperar parte del dinero invertido en compras.

4.6.4 Venta de mermas de carne de res

Tabla 49 *Ingresos por venta de mermas*

Composición merma	Factor	Mermas (Lb.)	Precio estimado	Otros ingresos
Huesos	9.80	37,396.80	\$ 0.80	\$ 29,917.44
Piltrafas y otros	7.18	27,403.20		
Total	16.98	64,800.00		\$ 29,917.44

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

Del total de mermas, existen desperdicios que provienen de huesos principalmente y también piltrafas y pellejos adicionales que no son posible venderlos. Sin embargo, en el caso de huesos carnudo, se los puede vender para fines específicos, por ejemplo, en la alimentación ya no de personas, pero sí de animales, entre otros. Por lo tanto, se estima recuperar en la venta huesos un total de \$29.917,44.

4.6.5 Determinación de mermas de carne de chanco

Tabla 50 *Determinación de mermas por carne de chanco*

	Cerdos	Mermas Lb.	Compras Lb.	Venta real Lb.
	1,836	66,600	367,200	300,600
Carne de chanco	163.73	1 (Venta real Lb./cerdos)		
Peso mermas	36.27	2 (Mermas Lb./cerdos)		
Peso cerdo (en libras)	200	(=) sumatoria 1 + 2		

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásquez Tomalá, Eliana L. (2018)

En cuanto a las carnes de cerdo, se estableció que, por cada trozo del mismo, se pierde alrededor de 36,27 libras, que resulta de dividir las mermas generadas por trozo de cerdo para el total de unidades. Al igual que los otros productos cárnicos, se propone vender las mermas consideradas buenas, ya sea para el consumo u otro fin específico.

4.6.6 Venta de mermas de carne de chanco

Tabla 51 *Ingresos por venta de mermas*

Composición merma	Factor (Lb.)	Mermas (Lb.)	Precio estimado	Otros ingresos
Grasas, manteca	12,50	22950,00	\$ 0,90	\$ 20.655,00
Otros restos	23,77	43650,00		
Total	36,27	66600,00		\$ 20.655,00

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Del total de mermas en libras de carne de chanco, se pretende poner a la venta las partes que corresponden a grasas y mantecas, ya que actualmente son utilizados para la elaboración de chicharrón u otro alimento comestibles. Para lo cual, se establece un precio por libra de \$0,90 que va a permitir obtener ingresos aproximados de \$20.655,00.

4.6.7 Otros ingresos

Producto de la venta de las mencionadas mermas, se establece la siguiente contabilización:

Tabla 52 *Registro contable otros ingresos*

CUENTAS	DEBE	HABER
Efectivo	\$ 61.372,53	
Otros ingresos		\$ 61.372,53

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Para Mi Supermercado es posible recuperar de las mermas un total de \$61.372,53, para lo cual, el registro contable propuesto es efectivo contra otros ingresos, cuenta que permitirá compensar el valor total de mermas enviadas al costo y aumentar la utilidad final de la empresa.

4.7 Impacto en costo de ventas de productos cárnicos

Tabla 53 *Impacto sobre costo de ventas productos cárnicos*

	Vta. Mermas	Mermas reales	%
Mermas productos cárnicos	\$ 368,133.06 - \$ 61,372.53	\$ 306,760.53	
Costo de ventas de productos cárnicos	\$ 2,072,454.38	\$ 2,072,454.38	15%

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

Con la venta de mermas consideradas como buenas, se refleja el nuevo impacto en el costo de ventas de productos cárnicos. Anteriormente, el impacto era de un 18% del costo esos productos, pero ahora con la venta de una parte de esas mermas y consecuentemente la recuperación de ingresos, el porcentaje disminuyó a 15%. Es decir, bajó tres puntos porcentuales, producto del mismo efecto de recuperación.

4.8 Escenarios de mejora

Los escenarios de mejora que giran en torno al proceso de investigación en la determinación de las mermas, están dados por los siguientes aspectos:

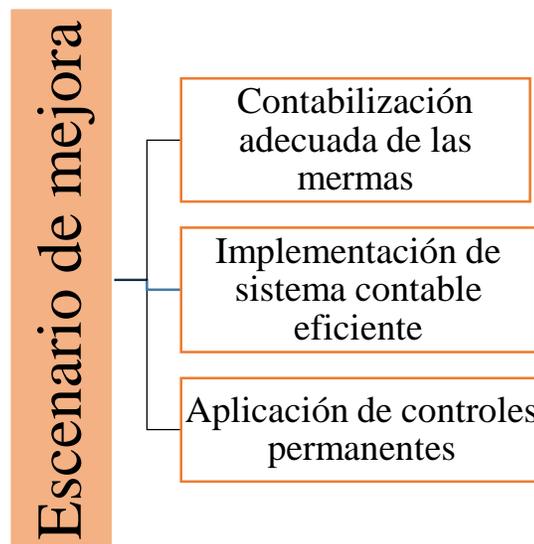


Figura 4 *Determinación de escenarios de mejora*

Fuente: Mi Supermercado

Elaborado por: Murillo Bolaños, Diana S. ; Vásconez Tomalá, Eliana L. (2018)

4.9 Beneficios de la mejora

Los beneficios obtenidos por el cumplimiento de las pautas determinadas en los escenarios de mejora anteriormente mencionados, podría ayudar a Mi Supermercado a reflejar de manera fiable y razonable sus estados financieros e informes adicionales sobre los detalles de la generación de mermas, con la aplicación correcta del criterio contable y el uso de un sistema eficiente que determine cantidades y valores acordes a la realidad. Esto iría de la mano con la aplicación de controles, no solamente en lo que respecta a la parte contable, sino en el proceso propio de comercialización, ya que es ahí, en donde se generan las mermas.

4.9.1 Contabilización adecuada de las mermas

La contabilización adecuada radica en realizar el registro contable de las mermas que se generan, de acuerdo al criterio contable. En este caso, la merma o desperdicio se da cuando los productos cárnicos entran a procesamiento, por lo cual, se debe registrar la misma en la cuenta de costo de ventas si el nivel o el grado de generación de mermas cumple con el límite establecido, ya que de lo contrario se registraría en gastos normales del período. Consecuentemente, la contrapartida va a ser la cuenta de inventario de productos en proceso o simplemente inventario.

4.9.2 Implementación de sistema contable eficiente

El sistema contable destinado para efectuar los movimientos propios del proceso de comercialización de productos cárnicos, sería un sistema integrado, que contenga los módulos para efectuar la parte operativa y que permita trabajar en la gestión financiera de la empresa. Para ello, se deben considerar los siguientes parámetros:

- El sistema debe emitir reportes periódicos sobre los movimientos de las cuentas involucradas y relacionadas a la cadena de comercialización.

4.9.3 Aplicación de controles permanentes

Dentro del proceso de comercialización, se tienen los siguientes controles:

- Evaluar que los operarios cumplan con los procedimientos establecidos.
- Realizar comparaciones con las mermas generadas VS períodos anteriores, a fin de aplicar los correctivos necesarios.

CONCLUSIONES

Dentro del proceso de investigación y análisis realizado con el objetivo de evaluar la generación de mermas y su incidencia en el costo de ventas, se determinó lo siguiente:

- Las mermas generadas durante el período 2017 por un monto de \$368.133,06 se dieron por falta de implementación de controles dentro del área, impactando de esta manera al costo de ventas a nivel global y representando una décima parte del mismo. Dicho impacto en el costo de ventas indica directa y consecutivamente la disminución progresiva de la rentabilidad de Mi Supermercado.
- Los límites o porcentajes de generación de mermas no fueron establecidos de acuerdo con un estudio que indique los niveles de inventarios o compras realizadas ni mucho menos tomando en consideración un estudio de las políticas de la empresa para la generación de mermas por los diferentes productos cárnicos.
- Las mermas totales por los tipos de productos cárnicos, tales como carne de res, pollo y chanco ascienden a \$368.133,06, las mismas que fueron botadas como desperdicios sin evaluar las pérdidas que provocarían para Mi Supermercado y tampoco analizando cuáles de ellas podría haberse vendido a un precio bajo.
- El sistema en que actualmente Mi Supermercado realiza los reportes, es a través de la herramienta de office “Excel”, lo que hace que exista ineficiencia a nivel de la información financiera, ocasionando que prácticamente las mermas sean valoradas manualmente y registradas de acuerdo a cómo se van generando durante el ingreso de las carnes a procesamiento.

RECOMENDACIONES

Con el objetivo de dar solución a las problemáticas encontradas, se proponen las siguientes recomendaciones:

- Implantar controles durante los procesos de corte de productos cárnicos, analizado que los procedimientos se ejecuten debida y correctamente para no generar mermas en grandes cantidades. Además, seleccionar al personal adecuado para realizar dichas funciones, evaluando sus capacidades y experiencias relativas al área, con el objetivo de cumplir con los propósitos planteados y no sobrepasar los límites establecidos de acuerdo con las políticas de la empresa.
- Establecer porcentajes de generación de mermas en base a un estudio que considere el nivel de inventarios o compras realizadas y todos los demás factores que inciden en los cálculos de mermas, de tal forma que permita evidenciar la representación que tienen las mermas de las compras totales y costo de ventas, y la incidencia que tiene en la generación de rentabilidad.
- Vender las mermas generadas por cada producto cárnico para un fin específico. De esta manera, es posible recuperar dinero invertido en la compra de los productos mencionados y registrarlos posteriormente como parte de otros ingresos en el estado de resultado integral, haciendo que aumente efectivamente la rentabilidad de la empresa.
- Implementar un software contable que permita gestionar correctamente las compras, el ingreso de productos cárnicos a proceso y también la generación de mermas, de tal forma, que sea obtenga información oportuna y real sobre tales movimientos. El sistema debe ser capaz de emitir reportes adecuados y establecer cantidades de acuerdo con las operaciones o transacciones realizadas en Mi Supermercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Audidores, Contadores y Consultores Financieros. (2015). Audidores y Contadores.com. Recuperado
- Cordero , Fredy. Tus Finanzas (2015) <http://www.audidoresycontadores.com/tributacion/20-que-es-el-impuesto->
- Gil Troya, Liliana del Carmen; Onofre Gil, Verónica del Carmen; (2011) <http://tusfinanzas.ec/todo-lo-que-necesitas-saber-para-el-pago-del-impuesto-a.>
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (2014). Ecuador.
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (29 de diciembre de 2014).
- Registro Oficial Suplemento 463 del 17 de Noviembre del 2004. Quito, Ecuador. Recuperado el 28 de mayo de 2016
- Pavón Pozo, Carolina de los Ángeles. (2014). Diferencias en los efectos tributarios al aplicar NIIF o normativa establecida por la Superintendencia de Bancos en la constitución de provisiones para créditos incobrables. Caso de estudio un Banco ecuatoriano. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Paz Pérez, Horacio. (2010). Fundamentos de Contabilidad (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Negocios Unidos, Estudio y Asesorías S.A.
- Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, RLORTI. (28 de febrero de 2015). Registro Oficia 448, 28 de Febrero de 2015. Quito, Ecuador. Recuperado el 28 de Mayo de 2016
- Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI. (2013). Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1 Ficha de entrevista

Entrevista dirigida a persona experta en las labores de operaciones dentro de supermercados del Ecuador

1. ¿Cómo se diferencian las mermas por área en un supermercado?
2. ¿Existe la posibilidad de minimizar la generación de mermas en los supermercados?
3. ¿Actualmente es necesario tomar medidas adecuadas con el fin de minimizar las mermas de productos cárnicos?
4. ¿Las empresas fijan objetivos anuales en torno a los productos caducados, dañados, etc.?
5. ¿Cuentan los supermercados con un equipo encargado de revisar y realizar un seguimiento de los productos caducados principalmente?
6. ¿Colaboran las empresas con sus proveedores en el desarrollo de estrategias para prevenir los productos caducados?
7. ¿Se comparte información detallada de los productos caducados con los proveedores?
8. ¿Trabajan los supermercados con asesores externos para desarrollar, revisar, y realizar un seguimiento de su función de prevención de los productos en general?