

Para ponernos en situación

Carlos y Marta ya han comenzado sus actividades. Ya tienen su empresa montada y empiezan a realizar actividades. Han superado las primeras compras y han realizado las primeras ventas. Una empresa de publicidad les ha fabricado las hojas de pedido, los albaranes y las facturas con el logotipo de su empresa. Han cobrado las primeras ventas de su empresa de electricidad y parece que todo les va bien.

Un día se enteran que una gran empresa de instalaciones eléctricas "Electrosur" va a abrir sus puertas en un polígono cercano al suyo. Saben que no hay más empresas de electricidad que la suya por el entorno con lo que piensan que pueden tener en esta empresa un gran cliente. Una tarde después de terminar el trabajo se sientan en la oficina a pensar como mejorar sus instalaciones para poder trabajar con esta empresa. Marta y Carlos cuentan con un almacén pero apenas tienen productos con los que poder surtir a las empresas con las que trabajan. Se dan cuenta que deben comprar más materias primas, componentes eléctricos, bombillas, cables, y eso supone un esfuerzo no solo económico, porque tienen que conseguir dinero para comprar todo eso, sino también sitio para conservarlo. Además deben pensar a quién comprar todos estos componentes porque las primeras compras las hicieron rápidamente y sin pensar cuál era la mejor oferta, y todos estos problemas del principio los quieren solventar lo más rápido posible. Están pensando en contratar una empresa de seguros pero para ello deben valorar qué es lo que quieren tener en su almacén.

Vamos a intentar solventar sus dudas lo antes posible



La Gestión del Almacén en la Empresa

La función de compras. El almacén

Para poder llevar a cabo sus actividades las empresas necesitan materias primas con las que poder llevar a cabo su producción. Comprar al mejor proveedor y al mejor precio no es nada fácil y como en todo se necesita un procedimiento.

Para la empresa es fundamental proveerse de materiales al mejor precio y calidad y ello supone buscar los medios para poder obtener estos productos. Buscar las mejores fuentes de aprovisionamiento no es fácil porque en muchas ocasiones no sabemos ni donde buscar y cuando se encuentran muchas, es necesario determinar cuál es el mejor proveedor.

Además es necesario que la empresa cuente con un espacio físico para guardar las mercancías.

Es fundamental que en el proceso productivo las empresas no se queden sin materias primas (respuestas, piezas) destinados al proceso de fabricación y si se trata de una empresa comercializadora, esta no puede dejar de proveer y atender a sus clientes simplemente por que no haya hecho una buena previsión de mercancías.

El almacén es un lugar físico destinado a guardar las mercancías en el que va a desarrollar una completa gestión de los productos que contiene. Para conseguir una buena gestión del almacén es necesario:

- Que siempre sepamos lo que hay en nuestro almacén, es decir tener nuestras mercancías colocadas y ordenadas de manera que se pueda hacer un rápido recuento
- Tener un sistema de recepción y de entrega adecuados

El proceso para encontrar un buen proveedor comienza teniendo claro cuales son las características que debe reunir el producto que buscamos. Es necesario que por escrito determinemos las características de las materias que buscamos. Estas características no solo se refieren al orden técnico sino también a las condiciones de pago.



Para encontrar a los proveedores es necesario realizar un proceso de búsqueda. En la mayoría de los casos tendremos claro dónde buscar pero en algunos sectores productivos la oferta es escasa... Podremos pedir información a los colegios profesionales y Cámaras de comercio, buscar en las páginas amarillas, anuncios en prensa e incluso en Internet. También podremos consultar a proveedores conocidos con anterioridad. En principio no debemos descartar a ningún proveedor.

Es importante que nos comuniquemos con los distintos proveedores y les pidamos a través de cartas o mail que nos envíen ofertas de lo que solicitamos haciendo hincapié en que tengan en cuenta en su informe no solo el precio del producto sino también otras características que nos puedan interesar tales como:

- Condiciones técnicas
- Garantía
- Forma de pago
- Entrega, etc.

Recuerda:

Para poder llevar a cabo nuestro sistema productivo necesitamos contar con mercancías y materias primas en nuestro almacén

Para saber más

El almacén

Sistema de gestión del almacén

Monografía sobre los almacenes

Nuevos sistemas de almacenamiento

Autoevaluación

El proceso para llenar nuestro almacén comienza

- a) Sabiendo lo que tenemos en él
- b) Sabiendo lo que queremos buscar y sus características
- c) Sabiendo quién nos va a proveer
- d) Sabiendo cuanto queremos comprar

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

Los proveedores, selección del mejor

Dentro de las diferentes ofertas que lleguen a nuestra empresa respecto a las materias primas es necesario que elijamos aquella que se adecue mejor a nuestras necesidades. Elegir a nuestros proveedores es un procedimiento que debe ser sistemático y basado en criterios objetivos.

Carlos y Marta Ya saben lo que necesitan comprar para poder estar preparados cuando la Gran empresa de Electricidad "Electrosur" quiera contactar con ellos. Han buscado a las empresas que les pueden enviar los componentes de electricidad que necesitan y muchas de ellas les están mandando ofertas. Es el momento de elegir la mejor y no saben por dónde empezar: Vamos a ayudarles en este proceso.

Cuando una empresa tiene varias ofertas en sus manos respecto a las mercancías que quiere comprar es necesario que las compare y determine que es lo que diferencia a cada una de ellas con respecto a las demás. Por ejemplo, en el caso de Carlos y Marta han considerado que lo mejor sería hacer un cuadro comparativo de las 4 empresas que en principio más les han gustado. Al dirigirse por carta a las mismas les pedían unos componentes eléctricos de alta definición. Ellos decidieron que lo mejor era pedir una cantidad que pudieran guardar en su almacén (250 piezas) y pidieron que se especificaran en la oferta no solo el precio sino también: características del producto, calidad, descuentos transporte, garantía, plazo de entrega, forma y condiciones de pago.



Pulsa sobre la imagen para ampliar

Con los datos que recibieron elaboraron el siguiente cuadro:

Empresas Factores	Eléctricos de la Mancha	Elecbombi SA	Componentes eléctricos SL	Generation SA
Precio unitario	600 E	600	550	700 (descuento del 30% si compra más de 300)
Calidad	media	alta	media	alta
Transporte	A su cargo	A nuestro	A nuestro	A su cargo

		cargo 150 E	cargo 140 E	
Garantía	2 años	2 años	3 años	3 años
Plazo de entrega	50 días	30 días	25 días	10 días
Forma de pago	Al contado	A 60 días	A 30 días	A 30 días

La Gestión del Almacén en la Empresa

Criterios de selección

Elegir al mejor proveedor es algo fundamental por lo que es necesario que establezcamos los criterios de selección.

Carlos y Marta una vez que han realizado su cuadro piensan que esto no les va a ayudar si no establecen sus prioridades. Para ellos lo importante es determinar qué prefieren, por lo que al repasar sus apuntes del Ciclo se dan cuenta que deben establecer sus prioridades y asignar puntos a cada una de ellas. Sus preferencias les servirán para decidir cuál es la mejor oferta.

Es necesario por tanto priorizar los criterios de selección:

1	Plazo de entrega	Antes de 10 días
2	Precio	Menos de 650 e
3	Calidad	Alta
4	Forma de pago	A 90 días
5	Garantía	4 años

Vamos a ver que empresa se amolda más a las necesidades de Carlos y Marta.

Plazo de entrega:

De las cuatro empresas que se presentan la única que cumple los requisitos de Carlos y Marta es Generación SA. Por lo tanto le aplicaremos 5 puntos y menos a las otras empresas



Precio

La más barata de las ofertas en principio es Eléctricos de la mancha, pero deberíamos saber el precio unitario de cada una de las empresas con el transporte, de esta manera los datos quedarían así.

$$\text{Elecbombi} = 600 + \frac{250}{150} = 601.66 \text{ incluidos los gastos de transporte}$$

Componentes

$$\text{Eléctri cos SL} = 550 + \frac{250 \text{ PIEZAS}}{140} = 601,78$$

$$\text{Generación SA} = 700 - \frac{300 \times 30}{100} = 610$$

Aplicando el descuento del 30% si compra más de 300 artículos

Aplicaríamos 4 puntos a Eléctricos de la mancha y así sucesivamente teniendo en cuenta que la empresa Generación SA nos hace un buen descuento si compramos 300 unidades.

Calidad

Tenemos dos empresas con calidad alta por tanto darían 3 puntos a cada una de ellas.



Forma de pago

Generación SA es la empresa que más libertad les da a la hora de pagar por tanto le aplicarían 2 puntos a cada una de ellas.

Garantía

Ninguna empresa les da una garantía de 4 años pero las que mas se acercan son

Generación SA y componentes Eléctricos, le aplicarían a cada una 1 punto.

El cuadro quedaría así:

Puntos	Eléctricos de la Mancha	Elecbombi SA	Componentes eléctricos SL	Generation SA	Max puntos
Plazo de entrega		1	3	5	5
Precio	4	2	1	1* (descuento si compran 300 piezas)	4
Calidad	1	3	1	3	3
Forma de pago		2	1	1	2
Garantía			1	1	1
Total	5	8	7	11	

Por tanto la empresa que más les conviene es Generación SA. Es la mejor oferta para ellos aunque tendrán que negociar los puntos débiles tales como el precio y la forma de pago.



Recuerda: Uno de los procedimientos para elegir proveedor es el que establece los criterios de prioridad y le asigna puntos a cada una de las ofertas de acuerdo a los criterios de prioridad.

Para saber más:

Búsqueda y selección de proveedores

Selección y control de proveedores

Autoevaluación

El precio es uno de los factores fundamentales a la hora de elegir proveedor:

- a) Sí, sin duda es el más importante
- b) Hoy en día el precio no es un factor importante
- c) Depende de la empresa y de los criterios que para esta sean prioritarios
- d) Ninguna es correcta

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

La negociación

La negociación en la empresa es una alternativa al conflicto, y al enfrentamiento. Esto significa tratar las situaciones conflictivas mediante el diálogo y la búsqueda de soluciones aceptables para las partes implicadas.

Carlos y Marta ya han elegido su empresa, Generación SA es la empresa que más les interesa pero existen algunos puntos de la oferta que tienen que negociar con esta empresa. Han decidido que sea Carlos quien negocie con Generación SA pero un amigo común les ha dicho que esta es una empresa muy dura y que apenas rebajan las condiciones que han ofertado. Carlos no sabe muy bien cómo plantear la reunión porque no tiene muy claro lo que se va a encontrar. Vamos a ver cómo solucionamos esta reunión.

Las relaciones con los proveedores, suelen ser unas relaciones elásticas: un "tira y afloja". Tratamos siempre de conseguir una buena compra para nuestra empresa, en las mejores condiciones posibles. Pero la clave en este tipo de relaciones (al igual que con los clientes) es la negociación. Negociar no es una tarea sencilla, pero si tenemos claro que se logra un mejor resultado si el proveedor confía en nosotros, y le damos un trato agradable y educado nos abrirá muchas puertas a ganarnos esa confianza. Ser un grosero o gritar no quiere decir ser un buen negociador, sino ser un maleducado:

Imagen. Debemos tener muy en cuenta que la imagen nuestra, es la imagen de nuestra empresa. Si nos comportamos de forma "grosera" o poco educada, esa será la imagen que proyectaremos de nuestra empresa. Por ello, también debemos cuidar nuestra imagen personal (vestuario) y nuestra higiene. No debemos descuidarlas, porque la opinión desfavorable hacia la empresa que representamos podría cerrarnos muchas puertas. Y otro punto básico a tener en cuenta: la puntualidad.

Es preferible llegar 5 minutos antes que 5 minutos después.

Tratamiento. Siempre debe utilizar el Usted a menos que su interlocutor le indique lo contrario. Aunque nuestro interlocutor sea más joven que nosotros. Utilizar un tratamiento correcto puede causar una muy buena primera impresión. Aparte del tratamiento, si quiere causar buena

impresión, no descalifique o hable mal de su competencia, porque ello también le descalifica a Usted. Utilice otras fórmulas para destacar su producto o servicio. Tendrá muchos argumentos más válidos que la descalificación (sino podemos pensar que su producto o servicio tiene poco que ofrecer).

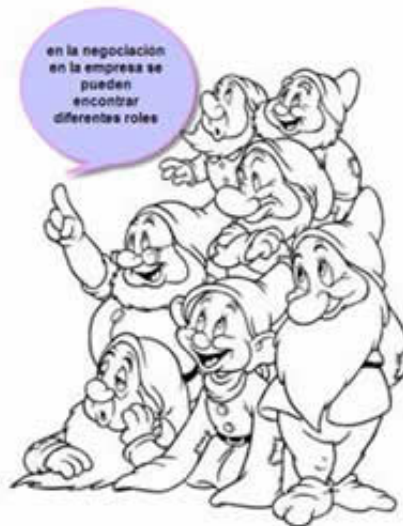


El estudio del conflicto es un instrumento inherente a la vida de las personas y a todos los estados históricos. Constantemente nos vemos envueltos en innumerables procesos de negociación. Negociamos la compra de una vivienda, o de un coche, negociamos la compra de las materias primas que necesitamos para producir y por supuesto nuestras condiciones laborales.

Cuando hablamos de negociación no podemos olvidar que:

- Lo que pretendemos negociar es llegar a un acuerdo entre partes
- Suele existir una situación de conflicto o controversia que nos ha llevado a sentarnos a negociar para llegar a un acuerdo o solución
- No se trata de imponer soluciones. Es necesario intercambiar ofertas y contraofertas hasta que el acuerdo se logre, o se decida suspender o dar por finalizado el proceso por estar bloqueado
- Las distintas partes están en la negociación de forma voluntaria para resolver las diferencias, por ello las partes pueden aceptar o no las propuestas de la parte contraria
- Existe una relación de poder entre las partes. Esta relación de poder no puede prevalecer mucho sobre la otra porque si existe un gran desequilibrio no existe negociación

En el estudio de la negociación se pueden observar diferentes roles tanto individuales como grupales que sirven para definir a las personas que participan en este proceso.



La Gestión del Almacén en la Empresa

Los roles en la negociación

Roles grupales

El propósito de este papel es el de facilitar y coordinar el esfuerzo del grupo, tanto en la definición de un problema común como en la búsqueda de la solución del mismo. Incluye las siguientes variantes:

1. El iniciador y contribuidor: propone al grupo nuevas ideas o alternativas.

2. El que busca información: El que pide clarificación.
3. El que busca opinión: da su opinión al respecto.
4. El que da opinión: expone su creencia o sus opiniones certeramente ante las sugerencias o alternativas de solución del problema o tarea en cuestión.
5. El elaborador: trata de explicar o ejemplificar.
6. El sintetizador: sintetiza.
7. El orientador: define o atrae al grupo al logro del objetivo.
8. El que está en desacuerdo: asume regularmente un punto de vista contrario al grupo.
9. El que evalúa y critica: pone en duda las soluciones dadas.
10. El registrador o secretario: anota las sugerencias y decisiones del grupo, así como el resultado de la tarea.

Roles individuales

1. El agresor: desaprobación de las acciones desarrolladas por los demás.
2. El obstructor: muestra desacuerdo y oposición con razón o no.
3. El que busca reconocimiento: trabaja para atraer la atención hacia él.
4. El que se confiesa: aprovechará al grupo para que escuche sus sentimientos.
5. El dominador: reafirmar su autoridad o superioridad manipulando.
6. El defensor de los intereses: siempre lo hará pensando en algo que dé respuesta a sus propios intereses o necesidades personales sin ponerse en evidencia.



Las fases de una negociación son:

1. Fase preparatoria: Antes de acudir a la reunión tenemos que tener claro cuál es nuestro objetivo y conocer en profundidad todo lo relacionado con la otra empresa; si conocemos cuál puede ser la postura de la otra empresa llevaremos ventaja.
2. Presentación de posturas, cada parte presenta sus objetivos y sus posturas.
3. Negociación. Llegados a este punto es necesario que cada parte haga ofertas y contraofertas para poder llegar a un acuerdo. Es necesario ser flexible y dialogante "todos deben perder para ganar".
4. Fase final que termina con acuerdo o con ruptura de la negociación, en este último caso hay que dar oportunidad a celebrar un nuevo proceso.

La Gestión del Almacén en la Empresa

Estilos de negociación

Las persona que participan en una negociación pueden adoptar diferentes roles o estilos que permitan conseguir los objetivos de su empresa.

Entre los diferentes roles tenemos:

- El estilo duro o intransigente. En este caso la empresa no se quiere mover en sus posiciones iniciales. La dureza puede ser buena en un momento puntual pero utilizada en exceso puede acabar en la confrontación.
- El estilo conciliador en el que la empresa realiza concesiones para intentar llegar a un acuerdo con la otra empresa. Este estilo es bueno pero la otra parte puede entenderlo como una debilidad y adoptar entonces un estilo más duro e intransigente.
- El estilo cooperador que evita que se estanque la negociación para eso es necesario que se

adopten propuestas, o evitar que la negociación se prolongue demasiado en el tiempo.

Recuerda:

Es necesaria la negociación para intentar solucionar los conflictos entre distintas empresas.

Para saber más:

Negociación: claves fundamentales para lograr resultados

Negociar mejor con los proveedores

Negociación en la empresa

Noticia sobre la contratación de Ronaldo por el club Real Madrid de fútbol, en esta noticia aparecen las técnicas de negociación que utilizó el club deportivo para hacerse con los servicios del futbolista brasileño

Autoevaluación

En una negociación:

- a) Lo importante es hacer valer nuestras posiciones
- b) El estilo cooperador es el que intenta siempre llegar a un acuerdo con la otra empresa
- c) En caso de ruptura de la negociación hay que olvidarse de empezar un nuevo proceso
- d) Todas las respuestas son falsas.

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

La gestión del almacén

Las empresas deben almacenar materias primas para asegurar su proceso de producción y que este proceso no se paralice para asegurar sus ventas y también su imagen.

Decíamos al comienzo de la unidad que las empresas necesitan comprar o adquirir materias primas para poder llevar a cabo la producción de bienes o servicios y para eso debía contar con un lugar físico donde almacenar todo lo que vaya recibiendo.

Según las características de la empresa, se pueden determinar diferentes tipos de existencias en función de su utilidad o de su posición en el ciclo de aprovisionamiento:

- **Materias primas.** Son aquellas que mediante la transformación o la elaboración se destinan a formar parte de los productos fabricados.
- **Productos semielaborados.** Son los productos elaborados por la empresa y normalmente no destinados a la venta hasta que no son objeto de otra elaboración, incorporación o transformación posterior.
- **Productos acabados.** Son aquellos productos fabricados por la empresa y destinados al consumo final o a la utilización que de ellos puedan hacer otras empresas.



- Mercaderías o existencias comerciales. Son los materiales comprados por la empresa y destinados a la posterior venta o comercialización, sin transformación.
- Otros aprovisionamientos. Son los elementos incorporables, por ejemplo, combustible, recambios, embalajes, envases y material de oficina.
- Subproductos (de carácter secundario o accesorio respecto de la fabricación principal), residuos (obtenidos al mismo tiempo que los productos, pueden ser utilizados, vendidos o inservibles) y materiales recuperables (se reutilizan después de la producción).



Es necesario que ese sitio físico, el almacén, cuente con las dimensiones necesarias para que todas las materias primas estén situadas sin peligro de estropearse y donde se pueda garantizar un buen control de las mismas.

El objetivo de un almacén es:

- Saber qué es lo que tenemos
- Saber cuándo tenemos que pedir más materia prima.

Para poder estudiar detenidamente la gestión del almacén debemos detenernos en el inventario y el Stock.

Vamos a comenzar con el primero.

La Gestión del Almacén en la Empresa

El inventario

Los inventarios actúan como reguladores entre los ritmos de salida de unas fases y los de entrada de las siguientes.

La clasificación más importante de los mismos es la que distingue entre inventarios de materias primas, de productos semielaborados y de productos terminados. Si el ritmo al que los proveedores nos sirvieran las materias primas fuese el mismo que el que se necesita para la producción no habría problemas pero esto no suele ocurrir. La especial naturaleza el mercado hace necesario para no tener sorpresas desagradables que se coloquen unos reguladores que se denominan "inventarios de productos".

Los objetivos de los inventarios son:

- Reducir el riesgo, porque generalmente no se conoce la demanda de productos terminados que habrá. Para evitar que un repentino aumento de la demanda produzca desabastecimiento se produce un stock de seguridad.
- Abaratar las adquisiciones porque se compra cuando las materias primas están más baratas y así abaratar los costes y obtener un mayor beneficio. Para esto se necesita contar con espacio físico y que las materias primas no sean perecederas.
- Facilitar el transporte y la distribución del producto. Generalmente los productos han de ser transportados desde los lugares de fabricación hasta los de consumo. Por ello la producción se almacena para poder ser transportada en lotes y no de manera continua.



El inventario es por tanto un elemento necesario para poder valorar y cuantificar lo que tenemos en nuestro almacén y como tal debe ser dinámico y cambiante adecuado a lo que va entrando y saliendo de él. Para poder llevar ese control utilizamos la ficha del almacén.

Aquí tienes un ejemplo de hoja de pedido:

P* Precio

Q* Cantidad

V* Valoración, precio final de la partida

Empresa					Observaciones						
Clase											
Código			Método		Valoración final						
Fecha	Procedencia		Entradas			Salidas			Existencias		
			P	Q	V	P	Q	V	P	Q	V

La Gestión del Almacén en la Empresa

El Stock

El stock es la cantidad de producto que tenemos en nuestro almacén en un momento determinado. Es fundamental que los conozcamos no solo por el bien de nuestra empresa sino también porque esa información es necesaria para realizar el balance de nuestra empresa, conocer el nivel de existencias que hay en el mismo.

Para poder llevar a cabo una buena gestión de los stocks es necesario:

- Conocer las cantidades que tenemos
- Conocer las cantidades que tenemos que pedir
- Conocer el momento que hay que pedirlo
- Conocer el precio más económico para hacer el pedido

En las empresas hay que mantener un stock mínimo de existencias de un producto por debajo del cual es necesario plantearse la necesidad de hacer un pedido, esto también se denomina Stock de seguridad y hace referencia al número mínimo de unidades que tiene que contar un almacén para que no se produzca la ruptura de stock, es decir que se queden sin materias primas e imposibiliten la continuación del sistema productivo.

Esto puede ocasionar no solo pérdidas económicas importantes sino también una pérdida de imagen respecto a nuestros clientes.

Recuerda:

Es necesario para las empresas, mantener su almacén y su inventario a punto para poder producir

Para saber más:

El inventario

La gestión de almacenes

Curso de almacenes

El control de inventario

La materia prima

Definición de materia prima

El stock

Autoevaluación

Los objetivos de los inventarios son:

- a) Reducir el riesgo
- b) Abaratar las adquisiciones
- c) Facilitar el transporte y la distribución del producto
- d) Todas son correctas

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

Valoración del almacén

Los productos que se encuentran en un almacén deben valorarse y para ellos existen diferentes métodos.

Carlos y Marta ya han realizado su primer pedido en serio y las materias primas han llegado a la empresa. Después de solucionar los primeros problemas de colocación de la misma en el almacén, (cosa que les resultó muy difícil por los muchos materiales que estaban llegando y que no querían que se estropearan), se dan cuenta que se han gastado mucho dinero en comprar los componentes eléctricos y que su local no es muy seguro por que alguien puede robarles fácilmente. Deciden contratar un contrato de Seguros y puestos al habla con la empresa lo primero que ésta pregunta es ¿Tienen algo de valor? .Ellos no saben como valorarlos, mientras Carlos piensa que deben pedir más dinero de lo que se han gastado Marta piensa que deben declarar lo que se han gastado únicamente. Podrías aclararles la duda.

El almacén es una pieza fundamental en una empresa, es necesario tenerlo ordenado, saber cuándo hay que pedir y también cuándo comprar más barato. Pero hay algo muy importante que hasta ahora habíamos obviado y es la valoración del mismo.

En el balance de la empresa deben aparecer nuestras existencias valoradas porque forman parte del patrimonio de nuestra empresa, y también por otras situaciones más ocasionales pero que en caso de producirse pueden generarnos problemas; por ejemplo, si hemos celebrado un contrato de seguros en nuestra empresa en caso de siniestro deberíamos saber cuánto vale lo que se ha perdido.

Esto nos plantea la necesidad de saber lo que vale nuestro inventario y cómo determinar su valor, y eso la verdad no es fácil. El plan general de Contabilidad establece cuál es el principio de valoración de los inventarios, que es el del precio de adquisición o, en su caso el del coste de producción.



La Gestión del Almacén en la Empresa

Precio de adquisición

El precio de adquisición comprende el consignado en factura más todos los gastos adicionales que se produzcan hasta que los bienes se hallen en el almacén, tales como transportes, aduanas, seguros, etc. El importe de los documentos indirectos que gravan la adquisición de las existencias (IVA) solo se incluirá en el precio de adquisición cuando dicho importe no sea recuperable directamente de la hacienda pública.

Importe de la factura

+ Gastos (hasta el almacén)

+ Impuestos indirectos no recuperables = Precio de adquisición

A modo de ejemplo vamos a resolver un ejercicio de precio de adquisición

Una empresa compra 100 botellas de un producto gaseoso que necesita para su producción a un precio unitario de 10 € cada una de ellas. El transporte lo tuvo que asumir esta empresa con un coste de 100 € en total. Vamos a calcular el coste de adquisición

100 botellas x 10 € cada una de ellas hacen un total de 1000 € más el coste del transporte 1100€ .

Este es el coste total, pero podemos además obtener el coste unitario de cada una de esas botellas, si hemos comprado 100 botellas el coste unitario se calcula dividiendo el coste total entre las unidades que se han comprado:

$$\frac{1100}{100} = 11 \text{ Euros cada una}$$

Autoevaluación

Una empresa que compra bicicletas quiere saber cual es el precio de adquisición de 200 bicicletas, cuyo precio unitario ha sido de 125 €. Sabiendo que les han hecho un descuento de 2% por pronto pago y que el transporte ha sido pagado por esta empresa y su valor ha sido de 100 euros en total ¿Cuál ha sido el precio de adquisición?

a) 35000

b) 24600

- c) 25000
- d) 30000

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

Coste de producción

Si la empresa ha elaborado el producto además del coste de las materias primas es necesario añadir otros costes.

El método de valoración del coste de producción se determina añadiendo al precio de adquisición de las materias primas y otras materias consumibles, los costes directamente aplicables al producto. También deberán aplicarse los costes indirectos imputables al producto en la medida que dichos costes correspondan al periodo de fabricación.

Precio de adquisición de las materias primas
+ Costes directos del producto
+ Costes indirectos imputables al producto = Costes de producción

Vamos a resolver un ejercicio

Con las botellas de gas anteriores se produce un compuesto que venden a 150 euros por litro. Venden 10000 litros al año Para producir este compuesto tienen unos gastos fijos de 1000 € de alquiler, 8500 € de gastos de personal, otros gastos fijos de 3000 € y otros costes de 5000 € en diferentes productos que unidos al gas crean el compuesto Cuanto cuesta producir estas botellas del compuesto químico de la empresa

La empresa se ha gastado el dinero en gas, otros materiales, sueldos, gastos de alquiler y otros costes:

En total

$$1100 + 1000 + 8500 + 3000 + 5000 = 18600$$

Si lo dividimos entre los litros que producimos

$$\frac{18600}{10000} = 1.86 \text{ Euros cada litro}$$

Autoevaluación

Una empresa de suministros eléctricos ha creado un prototipo de automatismo que se está vendiendo con mucho éxito. Para fabricar 20 prototipos, las materias primas han supuesto para la empresa 30000 € pero además, la empresa en producir dichos prototipos ha incurrido en otros coste tales como alquiler 1500 € mano de obra 16000 €, otros costes directos de 1600 € y costes indirectos por un valor de 2000 €. ¿Cuál es el valor o coste de producción de cada uno de esos prototipos?

- a) 2555
- b) 3165

c) 7895

d) Ninguna es correcta

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

Métodos de valoración del inventario

A la hora de realizar la valoración de un inventario el Plan general contable admite los métodos de valoración Precio Medio Ponderado, y FIFO para poder entender estos métodos, pongamos un ejemplo:

Carlos y Marta van a recibir varias partidas de materiales que deben contabilizar para poder tener controlado el valor de su inventario. Lo que más compran es un cable de características especiales que se usa mucho en electricidad pero se dan cuenta que cada vez su proveedor les cobra una cantidad diferente por el metro de cable por lo que no tienen claro como contabilizarlo. En el mes de enero comienzan el año con una partida de 200 m de cable que les ha costado a 1 euro el metro. En febrero compran el día 10, 356 metros de cable a 1,50 euros el metro y el día 25 de ese mismo mes compran 675 metros a 1.37. Aprovechando una rebaja en el mes de marzo compran 2000 metros a 0,97 euros el metro. Ese mismo mes realizan varias ventas de 100 metros 495 metros y 500 metros .En el mes de junio compran 100 metros a 1,57 euros /m y en el mes de julio venden una gran partida de 1200 metros de cable.

En noviembre vende 600 metros.

¿Como se valoraría su almacén?

En el nuevo Plan general contable en el artículo 10 punto 1.3 se establece:

"Cuando se trate de asignar valor a bienes concretos que forman parte de un inventario de bienes intercambiables entre sí, se adoptará con carácter general el método del precio medio o coste medio ponderado. El método FIFO es aceptable y puede adoptarse si la empresa lo considerase más conveniente para su gestión. Se utilizará un único método de asignación de valor para todas las existencias que tengan una naturaleza y uso similares. Cuando se trate de bienes no intercambiables entre sí o bienes producidos y segregados para un proyecto específico, el valor se asignará identificando el precio o los costes específicamente imputables a cada bien individualmente considerado".

La Gestión del Almacén en la Empresa

Precio medio ponderado y método FIFO

PMP

Según este método las entradas se valoran al precio que nos cuesta (precio de adquisición) y las salidas al precio medio ponderado.

Vamos a ver cómo calcularíamos el valor de nuestro inventario a través de un ejemplo. Para ello descarga el siguiente archivo:

⬇ Métodos de valoración de inventario:PMP

- En el mes de enero comienzan el año con una partida de 200 m de cable que les ha costado a 1 euro el metro.

El precio final de nuestro almacén es 1147 euros.

Fifo

Las siglas Fifo significan "First in First out" y significan que las primeras mercancías en entrar son las primeras en salir.

Vamos con nuestro ejemplo:

Para ello descarga el siguiente archivo:

⬇ Métodos de valoración de inventario: FIFO

La Gestión del Almacén en la Empresa

Otros métodos de valoración

Pero existen otros sistemas de almacenamiento tales como:

Modelo ABC de gestión de inventarios

Este modelo se utiliza para clasificar por importancia relativa las diversas existencias de una empresa cuando ésta tiene unos inventarios con mucha variedad de productos y no puede destinar el mismo tiempo ni los mismos recursos a cada uno de ellos, ya que tienen una influencia diferente sobre la gestión de esos inventarios.

El modelo ABC se basa en clasificar las existencias en tres categorías:

Existencias A. Son los artículos más importantes para la gestión de aprovisionamiento, forman aproximadamente el 20 % de los artículos del almacén y, en conjunto, pueden sumar del 60 al 80 % del valor total de las existencias.

Existencias B. Son existencias menos relevantes para la empresa que las anteriores. A pesar de ello, se debe mantener un sistema de control, pero mucho menos estricto que el anterior. Pueden suponer el 30 % de los artículos del almacén, con un valor de entre el 10 y el 20 % del almacén.

Existencias C. Son existencias que tienen muy poca relevancia para la gestión de aprovisionamiento. Por tanto, no hay que controlarlas específicamente, es suficiente con los métodos más simplificados y aproximados. Representan aproximadamente el 50 % de las existencias de la empresa, pero menos del 5 o 10 % del valor total del almacén.

Sistemas just in time

Se basa en el hecho de que la empresa no fabrica ningún producto hasta que no se produzca el pedido, este sistema tiene como objetivo básico reducir las existencias en inventario, relacionándolas con la satisfacción inmediata de los pedidos de los clientes.

El inventario JIT es el nivel de existencias mínimo para mantener el funcionamiento de la producción

y del aprovisionamiento de la empresa eficazmente.

La finalidad del sistema JIT es gestionar el mínimo de recursos al mantenimiento de inventarios, reducir los plazos de producción y entrega a los clientes.

Recuerda mientras el PMP va obteniendo el precio medio de nuestros productos en el almacén, el método Fifo utiliza siempre las primeras materias primas en entrar para que salgan las primeras y se valoren así nuestras existencias. El método LIFO utiliza las últimas entradas en nuestro almacén para valorar las salidas.

Para saber más:

El método del Precio Medio Ponderado

El método LIFO

El método FIFO

Métodos de valoración de las salidas de existencias

Valoración de las salidas, precio medio ponderado" target="_blank">Tratamiento contable de las existencias --> Valoración de las salidas, precio medio ponderado

Autoevaluación

Si una empresa utiliza el método Fifo y tiene las siguientes partidas:
El día 01/05 compra 200 unidades de materias primas a 10 € cada una
El día 01/06 compra 300 unidades de materias primas a 20 € cada una
El día 01/09 compra 300 unidades de materias primas a 30 € cada una
En el momento de realizarse la venta de 150 unidades ¿Cuál será la materia prima que sale del almacén?

- a) Sale de las 200 unidades que se compraron a 10 € cada una
- b) Sale de las 300 unidades que se compraron a 20 € cada una
- c) Sale de las 300 unidades que se compraron a 30 € cada una
- d) Todas se podrían utilizar

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

Coste de las existencias

Conocer el precio o el valor de nuestro almacén es importante y conveniente pero ese valor se puede incrementar con muchos más costes que lo incrementan.

Existen gastos que son necesarios conocer para valorar debidamente nuestras existencias. Cuando realizamos la compra de los materiales eso supone unos costes, también hay costes cuando las existencias las almacenamos en nuestro almacén, hay gastos de luz, del alquiler del local, los seguros etc.

Vamos a estudiar primero los costes de aprovisionamiento:

En primer lugar están los costes de pedido, esto es lo que nos cuestan las mercancías que compramos, y lo obtenemos multiplicando el precio por la cantidad (cantidad anual que

compramos).

$$\text{coste de pedido} = P \times Q$$

P=Precio

Q=Cantidad anual que se adquiere

Además tendremos en cuenta el coste de emisión de pedido, que generamos al utilizar fax, o el teléfono. Este lo obtenemos al multiplicar el coste de emisión de nuestro pedido por el número de pedidos que se efectúan al año.

$$\text{COSTE DE EMISIÓN DEL PEDIDO} = K \times N$$

K= Coste de emisión por pedido

N= Número de pedidos al año

También debemos calcular el coste de almacenamiento que nos supone tener estas mercancías en nuestro almacén. Sabiendo que nuestro almacén debe tener una cantidad mínima denominada stock de seguridad y sabiendo que la cantidad máxima es la que tenemos cuando llega el pedido, podemos determinar que la cantidad total es el stock de seguridad más el pedido. Para obtener la cantidad media lo dividimos por dos y lo multiplicaremos por lo que nos cuesta mantener una unidad almacenada en nuestro almacén. Esto nos dará el coste de almacenamiento.

$$\text{coste de almacenamiento} = c \left(ES + \frac{q}{2} \right)$$

C= coste de mantener una unidad almacenada

ES= Stock de seguridad

q= Cantidad máxima que se tiene en un almacén cuando llega un pedido

El coste Total por tanto será la suma del coste de pedido más el coste de emisión de pedido más el coste de almacenamiento.

$$CT = CP + CE + CA$$

CT= Coste total

CP= Coste de pedido

CE=Coste de emisión del pedido

CA= Coste de almacenamiento

Por lo que podríamos decir que:

$$\text{CosteTotal} = p \times Q + K \times N + C \times \left(Es + \frac{q}{2} \right)$$

Recuerda:

Para valorar realmente los costes de nuestro almacén hay que tener en cuenta no solo lo que pedimos a nuestros proveedores sino también lo que nos cuesta realizar el pedido, y lo que nos cuesta almacenarlo

Autoevaluación

Consideramos que en el coste Total de aprovisionamiento, k es:

- a) Precio
- b) Coste de emisión del pedido
- c) Coste de almacenamiento de una unidad
- d) Stock de seguridad

Comprobar

La Gestión del Almacén en la Empresa

Volumen de pedido óptimo

Carlos y Marta ya conocen lo que cuesta mantener su almacén y cuál es el valor del mismo, pero ahora necesitan conocer cuándo deben pedir materiales es decir cuando aprovisionarse y cuál es la cantidad ideal para realizar el pedido.

El volumen de pedido óptimo es la cantidad ideal que hay que pedir en cada uno de nuestros pedidos.

Si la empresa consume más o menos lo mismo siempre es posible determinar cuál es el Volumen de pedido óptimo. Este se obtiene de la siguiente fórmula matemática:

$$q^* = \sqrt{\frac{2 \cdot K \cdot Q}{c}}$$

Donde:

q^* es el pedido óptimo

K es el coste de emisión del pedido

Q es la cantidad anual que se adquiere

c es el coste de una unidad almacenada en el almacén

Una vez que se ha calculado el volumen del pedido óptimo, se puede calcular fácilmente el número de pedidos anual (N) que tiene que realizar la empresa, sólo es

necesario recordar que:

$$N = \frac{D}{Q} =$$

Siendo D el volumen de demanda anual y Q el pedido óptimo.

En cuanto al momento en el que debe formularse el pedido, este es muy importante sobre todo para que la empresa no se quede sin existencias en el almacén produciéndose una ruptura de stocks (para eso se mantiene el stock de seguridad que es la cantidad de mercancías que siempre tiene que haber en nuestro almacén):

$$E^* = cd \cdot d + Es$$

Cd= Consumo diario

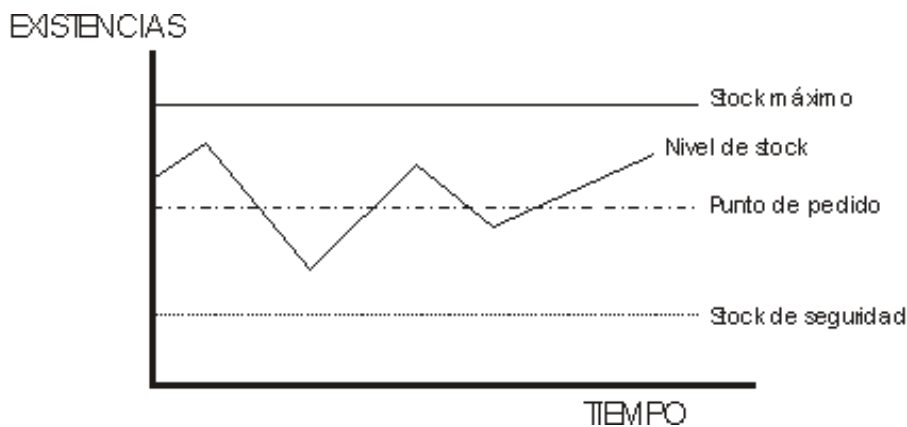
d= días que tardan en suministrarnos

Es= Stock de seguridad

También se puede conseguir a través de esta fórmula:

$$T = \frac{360}{N}$$

Siendo N el nº de pedidos anuales.



Recuerda: Es importante que la empresa sepa cual es la cantidad de pedido que tiene que realizar y el momento en el que debe hacer el pedido para no quedarse sin existencias

Para saber más:

Coste de los materiales y gestión de stocks en las organizaciones

Método ABC de control de inventarios

El método o Sistema ABC. Metodología y uso en la toma de decisiones

Sistemas Just In Time (JIT)

Método justo a tiempo

Autoevaluación

Para saber cuándo es el momento de realizar el pedido debemos tener en cuenta:

- a) Coste de almacenamiento y el Stock de seguridad entre otras variables
- b) Coste de emitir el pedido y el número de días que tardan en servirnos entre otras variables
- c) El consumo diario y el stock de seguridad entre otras variables
- d) Ninguna es correcta

[Comprobar](#)