

Tema 4: Ventas, compras y gestión de stock

I.E.S. De Foz. Abril de 2014.

© Alberto Luengo para Tegnix – alberto.luengo@tegnix.com

Licenza Recoñecemento-Compartir baixo a mesma licenza. 3.0 España de Creative Commons



Índice Tema 4



- 1) Ciclo comercial de ventas (de la iniciativa a la factura).
- 2) Gestión multi-almacén de mercancías y servicios.
- 3) Pedidos de compra.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial (de la iniciativa a la factura)

I.E.S. De Foz. Abril de 2014.

© Alberto Luengo para Tegnix – alberto.luengo@tegnix.com

Licencia Reconocimiento-Compartir bajo la misma licencia. 3.0 España de Creative Commons



Punto 1: Gestión del ciclo comercial

¿Qué son los prospectos o leads? (I)

Los **prospectos** son las iniciativas comerciales que están en un estado previo a la solicitud de oferta comercial.

Es muy común utilizar la gestión de prospectos en organizaciones en las que existe un departamento de telemarketing, cuya función es la de dirigirse a bases de datos de entidades (personas, empresas), con las que no se ha tenido ningún contacto con anterioridad.





Punto 1: Gestión del ciclo comercial

¿Qué son los prospectos o leads? (II)

También es muy común generar **LEADS** cuando damos de alta nuevos contactos en el sistema, es decir, cuando por ejemplo, introducimos en OpenERP, una tarjeta de visita obtenida en una feria.

La gestión de LEADS se realiza desde

Ventas->Iniciativas.

En su vista formulario, se introduce la información relevante del prospecto.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

¿Qué son los prospectos o leads? (III)



Las **LEADS** en OpenERP -por defecto- tienen los siguientes estados:

Borrador: No se ha asignado la *lead* a ninguna persona del equipo comercial, o bien, no se está trabajando en él.

Abierto: Si se está trabajando en esa *lead*.

Cerrado: EL lead ha escalado a Partner u Oportunidad

Pendiente: El Lead está a la espera de una respuesta por parte del futuro cliente.

Cancelado: Se ha cancelado por el motivo que sea. EJ: no es una buena referencia y se da de baja.



Punto 1: Gestión del ciclo comercial

¿Qué son los prospectos o leads? (IV)

El paso entre cada uno de los estados anteriormente descritos, puede ejecutarse tanto desde la vista lista, como desde la vista formulario (desde dentro de cada una).

Por otro lado, en la **vista tipo lista** de los leads, podemos configurar distintas opciones de filtrados para localizar la información de nuestros prospectos.

Por último, podemos convertir las leads en oportunidades o incluso agregarlas a un cliente ya existente.

Convertir a oportunidad ×

Acciones de conversión | Convertir a oportunidad ▼

Oportunidades

Cliente relacionado | Crear un nuevo cliente ▼

Crear oportunidad o Cancelar

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

¿Qué son los prospectos o leads? (V)



Escenario 1

80 comerciales en distintas sedes geográficas:

Clientes:

- * Se registran todas las empresas contactadas, da igual que no sean clientes o sean clientes en activo o ex-clientes.
- * Si una empresa se transforma en cliente --> se graba el CIF, de manera que ya tenemos un identificador único.
- * El mantenimiento de esta tabla no puede recaer en los propios comerciales, sino que espero en un futuro poder actualizarla cruzándola con datos de facturación vía CIF.

Iniciativas:

- * Sólo para recepción de formulario de contacto vía web y traspaso de referencias entre comerciales.

Oportunidades:

- * Proceso de captación de nuevos clientes, con sus etapas (calificación, propuesta, negociación, etc.), vinculadas siempre a una empresa ya registrada.

De esta forma, tenemos que asumir que la tabla de clientes es una agenda "sucia".

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

¿Qué son los prospectos o leads? (y VI)



Escenario 2:

Cuando se trabaja con alguien que no es cliente, se usa la opción iniciativa. Aquí se puede registrar nombre de la empresa y contacto, pero no va a la base de datos de cliente. Si convertimos esta iniciativa en oportunidad, entonces se crea la cuenta de cliente automáticamente. Entonces el fichero de clientes solo se toca cuando hay una Oportunidad.

No es ideal que para hacer una oportunidad, se tenga que convertir la iniciativa en cliente, pero tiene su lógica de cara a las estadísticas.

Lo que se puede hacer luego es decir que si una oportunidad no sale adelante, los responsables comerciales se vayan al cliente/iniciativa y desactiven la casilla Cliente, quedando sólo como *partner*, y no apareciendo en el listado de clientes.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Flujo de ventas: un ejemplo práctico (I)



El **flujo base** de la gestión de ventas abarca el recorrido desde la oportunidad comercial hasta la entrega y la facturación del pedido.

Por lo general, la toma de contacto comienza por una oportunidad de negocio (ó *lead*). Esta puede codificarse manualmente (un contacto telefónico) o automáticamente (interfaz con un formulario de contacto en el sitio web).

Cada oportunidad está asociada a un comercial que está encargado de hacer el seguimiento. Después, si el cliente está interesado, de la oportunidad de negocio se pasará al presupuesto, en el que se indicarán las condiciones, tarifas y productos.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Flujo de ventas: un ejemplo práctico (II)



PASO 1: Creo una iniciativa nueva llamada “Implantación OpenERP” asociándole el cliente que creamos en el anterior flujo y completando los datos de nombre de empresa y contacto (por ejemplo).

Daré por abierta la iniciativa y la convertiré en una oportunidad a través del botón correspondiente.

Hecho esto, planificaré una llamada y una reunión para mostrar. Hecho esto, convertiré la oportunidad en un pedido de venta.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Flujo de ventas: un ejemplo práctico (III)



Utilizar los dos productos configurados a tal efecto:

“Kit Teclado+Ratón” (Código de artículo KIT0)

→ Tipo de producto: “Almacenable”

→ Método abastecimiento: “Obtener para stock”

→ Método suministro: “Comprar”

→ I.V.A en ventas y en compras configurado en la pestaña “Contabilidad”: “IVA 21%”

→ Proveedor asociado: “AsusTek”

“Config. Procesador normal” (Código de artículo CPU_GEN)

→ Tipo de producto: “Almacenable”

→ Método abastecimiento: “Obtener bajo pedido”

→ Método suministro: “Producir”

→ I.V.A en ventas configurado en la pestaña “Contabilidad”: “21%”

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Flujo de ventas: un ejemplo práctico (IV)



PASO 2: Creo un pedido de venta al cliente “Xunta de Galicia” (que no existirá) ,
introduciendo dos líneas con los anteriores productos e indicándoles que el método de
abastecimiento es **bajo pedido**.

Confirmando esta orden de venta, me habrá generado un **Albarán de Salida** que procederé a
confirmar.

Una vez confirmado, me habrá creado una Orden de Producción para el producto CPU_GEN
cuyo flujo de trabajo haré avanzar hasta el final.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Flujo de ventas: un ejemplo práctico (y V)



Hecho esto, me dirijo al menú de Compras y confirmo la Solicitud de Compra que se habrá generado para el producto KIT0, convirtiéndola en un Pedido de Compra y generando la factura de proveedor y el albarán de entrada correspondiente.

Volviendo ahora al pedido de venta, observaré el estado en el que se encuentra y generaré su factura correspondiente, la cual acabaré pagando.

Por último, el pedido de venta correspondiente tendrá que haber quedado totalmente enviado y facturado.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Tarifas de compra y venta (I)



Lo primero que hay que hacer es marcar la casilla de "**Tarifas de compra**" y "**Tarifas de venta**" dentro de la ficha del usuario que queremos que gestione el almacén, los productos y sus precios. (*Configuración->Usuarios*).

Asimismo, dentro de *Configuración->Ventas* tenemos que marcar la casilla de 'Tarifas por cliente' y 'Mostrar márgenes en los presupuestos' (y si queremos también la de 'Mostrar descuentos en las líneas de los pedidos de venta') y desde *Configuración->Compras* la de 'Tarifas por proveedor'.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Tarifas de compra y venta (II)



Si queremos utilizar el precio de proveedor en los pedidos de venta, debemos de realizar los siguientes pasos:

'Ventas->Configuración->Tarifas' y abrimos la tarifa de venta pública (o creamos una nueva).

Entrar en la versión 'por defecto' y editar la regla de esa versión.

Cambiamos en el apartado de 'Cálculo de precio' para que el precio de venta de ese producto se basa en el precio del proveedor en el formulario de producto.

Abrimos el producto,

Añadimos el proveedor, observando que hay un campo para establecer el precio por cantidad; es decir

Cantidad = 1, precio 10, cant = 5, precio = 8, cantidad = 10 precio = 7 etc.

Ahora cuando creamos un pedido de venta y elijamos ese producto y esa tarifa, se aplicarán los precios que hemos definido.

Punto 1: Gestión del ciclo comercial

Tarifas de compra y venta (y III)



Resumiendo, podríamos establecer dos escenarios distintos:

1. Cada producto es suministrado por un único proveedor:

En este caso podríamos categorizar todos los productos que importásemos con el nombre del proveedor (por ejemplo: "Categoría de producto Proveedor 1") y crear una "Tarifa de venta Proveedor 1" que aplicase a todos los productos con esa categoría, de tal forma que basásemos esa tarifa de venta en el precio de coste y lo incrementásemos un x%. Otra opción que tenemos es basar esa tarifa de venta en la "Tarifa de compra Proveedor 1" tal y como describo en el siguiente punto.

2. Un mismo producto es suministrado por varios proveedores:

Si el descuento comercial que nos hace el proveedor es por cantidad, debemos de configurar las relaciones "cantidad-precio" por proveedor dentro de la ficha del producto en la pestaña "Abastecimientos".

Si el descuento comercial que nos hace el proveedor es fijo, podemos aplicar la regla del escenario anterior y definir tarifas de compra "Tarifa de compra del proveedor 1", con reglas basándonos en el precio de coste que le indiquemos al producto.

Punto 2: Gestión multi- almacén

I.E.S. De Foz. Abril de 2014.

© Alberto Luengo para Tegnix – alberto.luengo@tegnix.com

Licencia Reconocimiento-Compartir bajo la misma licencia. 3.0 España de Creative Commons



Punto 2: Gestión multi-almacén

Introducción



Lo que habitualmente en cualquier ERP conocemos como almacén, en OpenERP el lugar donde se almacena la mercancía se denomina ubicación. En OpenERP los movimientos de mercancía son de doble entrada, como en contabilidad. Es decir, no puedo meter mercancía a una ubicación sin "sacar" mercancía de otra.

La gestión de stock se realiza por tanto, con movimientos de doble entrada. La mercancía siempre va de una ubicación origen a una ubicación destino. **Es decir, cualquier movimiento de almacén en OpenERP requiere una ubicación origen y una ubicación destino.**

Así, cuando recibimos un albarán de entrada, el movimiento que se realizará será un movimiento de proveedores a stock y un albarán de salida generará un movimiento de stock a clientes.

Punto 2: Gestión multi-almacén

Almacenes y ubicaciones (I)



Es posible definir estructuras de almacén tan sencillas o complejas como se requiera.

En OpenERP existe el concepto de ubicaciones físicas y ubicaciones virtuales. Por ejemplo, una ubicación física puede estar sita en un almacén concreto conteniendo material físicamente comprobable.

Una **ubicación virtual** puede concebirse como un ente abstracto utilizado como origen o destino, donde por ejemplo podemos "enviar" los ajustes y pérdidas de inventario.

Es decir, el producto no está físicamente en dicho almacén, pero se controla que hubo un movimiento "fantasma" una "pérdida de material" que se refleja en el stock por artículo en dicha ubicación.

Punto 2: Gestión multi-almacén

Almacenes y ubicaciones (y II)



Existen 3 tipos de **ubicaciones**:

Físicas: Son nuestras ubicaciones, donde colocamos el material físicamente.

Empresas: Son ubicaciones de clientes y proveedores

Virtuales: Son ubicaciones utilizadas como contrapartida en movimientos cuyo origen y destino no puede indicarse con una ubicación física.

Por defecto OpenERP nos configura 4 tipos de **ubicaciones virtuales**:

Pérdidas de inventario: Utilizados en los movimientos de inventario inicial y en ajustes de stock. El material aparece o desaparece de esta ubicación virtual.

Abastecimiento: Son temporales y habitualmente transparentes para el usuario. Se utilizan en los abastecimientos automáticos del stock.

Producción: Ubicación virtual donde quedan las materias primas una vez iniciada la producción y desde donde salen los productos finalizados una vez finalizada la producción.

Desechado: Ubicación virtual donde quedan los productos desechados.

Punto 3: Pedidos de compra

I.E.S. De Foz. Abril de 2014.

© Alberto Luengo para Tegnix – alberto.luengo@tegnix.com

Licencia Reconocimiento-Compartir bajo la misma licencia. 3.0 España de Creative Commons



Punto 3: Pedidos de compra

Presupuestos y pedidos de compra



Los pedidos a los proveedores pueden codificarse manualmente o ser sugeridos automáticamente por OpenERP en función del cálculo de necesidades.

Para crear un nuevo pedido de compra o una solicitud de presupuesto, iremos a: *Compras->Nuevo pedido de compra.*

Producto	Descripción	Fecha planificada	Compañía	Cantidad	Unidad de medida del producto	Precio unidad	Impuestos	Subtotal
Añadir un elemento								

Base imponible: 0,00
Impuestos: 0,00
Total: (actualizar) 0,00

La orden se crea en el estado “borrador” (draft); se trata por tanto de una solicitud de presupuesto. El presupuesto y la orden de compra se constituyen por el mismo documento más simplemente en estados diferentes. El presupuesto evoluciona (o no) en una orden de compra.

Es decir, **UN PEDIDO DE COMPRA Y UNA SOLICITUD DE COMPRA SON DOCUMENTOS IDÉNTICOS SI EL PRIMERO ESTÁ EN ESTADO BORRADOR.**



Fin del tema 4.

¡Gracias por vuestra atención!

albertoluengo => twitter, gmail, gtalk, g+, fb, slideshare, linkedin...

© Alberto Luengo para Tegnix - alberto.luengo@tegnix.com

© de los respectivos autores de las imágenes utilizadas en esta presentación

Licencia Reconocimiento-Compartir bajo la misma licencia. 3.0 España de Creative Commons

