



Comercial Romy Ltda.

¿Cuánto estoy ganando?

Elizabeth Valdenegro, emprendedora de la comuna de Quilicura y dueña de Comercial Romy Ltda., tiene un negocio de ferretería en el cual se puede encontrar gran cantidad y diversidad de productos, dado que su apuesta es que los vecinos puedan comprar cualquier objeto del rubro que necesiten. Como el negocio es exitoso, Elizabeth ha tenido problemas para precisar sus precios, pues no puede determinar la fórmula de cálculo de costo de los productos comprados. Ella busca la solución considerando que tiene como política propia que, al menos, se debe ganar un 20% por sobre el costo. Elizabeth sabe algo acerca de contabilidad, pero no maneja los conceptos de sistemas de inventarios ni las fórmulas existentes para el cálculo del costo de venta de sus productos. ¿Qué decisión puede tomar Elizabeth? ¿Qué fórmula le conviene más, FIFO o PMP? ¿Por qué?

“Hoy en día, dada las facilidades que tienen las grandes compañías de nuestro país para ofrecer una gran gama de productos a sus clientes, ha significado para muchas ferreterías el cese de sus funciones, lo que también golpeó a Elizabeth de manera directa, teniendo que migrar a la comuna de Quilicura”.

Casi tres décadas

Hace 29 años Elizabeth comenzó esta aventura con la compra de un terreno en Renca donde construyó un local. Todo comenzó paulatinamente y con muchos problemas para solventar el negocio. Elizabeth recuerda anecdóticamente que su primera venta fue de 70 pesos. Incluso, en esos momentos difíciles en los que había que demostrar solvencia, Elizabeth llenó el local con plástico y aísla-polvo, para que éste se viese más lleno,

aparentando tener una gran variedad de productos. El tema contable también fue un dolor de cabeza desde el comienzo, un problema que Elizabeth no ha podido resolver hasta hoy.

Partir de cero

A medida que pasaba el tiempo, Elizabeth fue descubriendo cuáles eran las principales compras de los vecinos de la población; en un principio no conocía nada acerca del rubro y tuvo que adaptarse rápidamente a estas demandas. De la misma forma logró buenos contratos y facilidades con los proveedores para satisfacer los requerimientos de los vecinos. Elizabeth tuvo que armarse de carácter y determinación para afrontar los desafíos y, a veces, pedir mayores facilidades de pago. Esta actitud le sirvió para tener muchos proveedores que le entregan mayores facilidades de pago con distintos precios sujetos a los contratos, aunque a veces no era conveniente porque, por ejemplo, algunos productos eran más caros en comparación con otro proveedor, pero por razones contractuales tenía que adquirirlo.

El año '85

El 3 de marzo de 1985 fue un día muy complejo para la mayor parte del país debido a la catástrofe ocasionada por el gran terremoto que azotó al territorio nacional. No fue la excepción para Elizabeth, pero también significó una alta demanda de sus productos, debido a los procesos de reconstrucción y reparación en los hogares cercanos a su ferretería, permitiéndole crecer de manera exponencial en poco tiempo.

Hoy en día, dadas las facilidades que tienen las grandes compañías de nuestro país para ofrecer una amplia gama de productos a sus clientes, esto ha significado para muchas ferreterías el cese de sus funciones, lo que también afectó a Elizabeth de manera directa, teniendo que migrar a la comuna de Quilicura. Ella no busca competir con las grandes firmas, sino que más bien tiene su propia táctica diferenciadora para atraer a sus clientes, la que se centra en la cercanía a los hogares de sus vecinos con la mayor gama de productos posibles, ahorrándoles los tiempos de viaje a sus clientes.

¿Cuánto estoy ganando?

Elizabeth tiene muchos proveedores, conservados gracias a su gran esfuerzo a lo largo de los años de trabajo en la ferretería. Estos proveedores le ofrecen contratos que la sujetan a realizar compras. El problema

es que, a veces, estos proveedores le venden los mismos productos a precios distintos, lo que para Elizabeth se ha vuelto complejo el control que lleva sobre ellos, ya que fácilmente se confunden. La dificultad surge porque, a veces, adquiere mercaderías exactamente iguales pero a un precio distinto, dados los contratos suscritos con los proveedores. Esto ocasiona el problema de cómo debería calcularse el precio de venta de estos productos, y la manera en la que mantendrá y distribuirá en su stock. La dificultad más grave consiste en que Elizabeth no puede definir la fórmula de cálculo del costo para determinar el costo de venta. Cada mes lo ha hecho de diferentes formas y nunca se ha ordenado.

Un amigo que es contador le mencionó que se permiten dos formas para determinar las fórmulas de cálculo de costo: FIFO (Primera Entrada Primera Salida) y PMP (Precio Medio Ponderado). Elizabeth desconoce ambas fórmulas, no sabe ni la metodología ni las ventajas que le puede otorgar cada una, ¿qué decisión debe tomar Elizabeth?, ¿qué método es más conveniente para ella?, ¿Por qué?

Anexo

En el mes de septiembre, Elizabeth tiene las siguientes mercaderías con sus respectivos precios:

Mercaderías	Unidades	Costo
Cajas de Tornillos	50	\$ 200
Cajas de Cerámicas	100	\$ 2.300
Cajas de Clavos	200	\$ 450
Palas	5	\$ 3.500

Se sabe que Elizabeth compra los siguientes productos:

Mercaderías	Unidades	Costo
Cajas de tornillos	200	\$ 180
Cajas de cerámicas	20	\$ 2.500
Palas	10	\$ 3.650