PRECIOS

Eneko Hernando Reoyo 45917799R Ing. Inf. + Videojuegos

Los negocios necesitan flexibilidad en la determinación de precios, los distintos clientes reciben diferentes precios basados en las circunstancias de la venta. El primer y más básico modo de determinar los precios es mediante las listas de precios, se pueden definir diferentes para distintos grupos de clientes, además de que, en cada una de ellas, se puede registrar un precio para cada articulo y unidad de medida, de esa manera cada interlocutor comercial que pertenezca a esa lista cuando compre un artículo recibirá el precio correcto.

Probablemente se desee definir precios de venta por un periodo de tiempo limitado, probablemente desee otorgar un descuento cuando un cliente compre en cantidad, la unidad de medida utilizada para la compra debe coincidir con la unidad de medida definida para el descuento para que este se aplique.

El próximo nivel de determinación de precios es el grupo de descuento, en el que se puede añadir descuentos basados en el grupo de articulo, propiedades y fabricante, estos tipos de precios se denominan grupos de descuentos.

Algunas veces, se desea ofrecer a sus clientes preferidos una mejor compra, en ese caso, puede usar precios especiales para los interlocutores comerciales. Puede basar sus descuentos en cualquier lista de precios, o simplemente introducirlos manualmente.

Cabe destacar, cuando el sistema busca un precio, buscara el tipo de precio más específico primero tal que así:

* El sistema comienza a buscar un precio especial para ese interlocutor comercial.
* Si no existe un precio especial para ese interlocutor comercial, busca grupos de descuento.
* Si dichos grupos tampoco existen, busca los descuentos por período o cantidad.
* En caso de que tampoco existan, utiliza la lista básica de precios asignada al interlocutor comercial para encontrar ese precio.

Gestionar múltiples listas de precios brinda la flexibilidad en la determinación de precios. Todos los artículos del sistema están vinculados automáticamente a todas las listas de precios, puede fijar un indicador en Parametrizaciones generales que elimine los artículos sin precio de las listas de precio.

En los registros maestros de articulo se puede comprobar que es posible ver precios de varias listas de precios. Cuando crea un interlocutor comercial, se asigna una lista de precios, estas pueden predeterminarse del grupo de clientes del cliente o desde las condiciones de pago asignadas si no se asigna una lista de precios al grupo de clientes.

Al crear un documento de marketing, el sistema introduce la lista de precios asociada al interlocutor comercial en la cabecera del documento. A medida que introducen artículos en el documento, el sistema propone un precio para cada artículo en base a la lista de precios o descuentos…

Dado que el documento incluye precios no solo desde la lista de precios, sino tambien desde otros tipos de determinación de precios especiales, como descuentos por periodo y cantidad, grupo de descuento y precios especiales para interlocutores comerciales. Dado que es posible definir diversos precios en el sistema para el mismo artículo el sistema necesitara utilizar una lógica determinada para buscar el precio valido.

Usaremos las listas de precios como la base para la determinación de precios en el proceso de venta y compra, estas listas incluyen la determinación de precios de los artículos, cada interlocutor comercial tiene una lista de precios asignada. Por defecto SAPBO ofrece 10 listas de precios, nadie obliga a usar estas listas por lo que se pueden, añadir, modificar o eliminar. Además, se pueden importar listas de precios, bien desde un Excel o desde el sistema existente.

Para añadir una nueva lista de precios, abra el menú contextual haciendo clic con el botón derecho del ratón y seleccione Añadir línea, una vez hecho introducirá el nombre de la nueva lista. Tambien esta la opción de basar una lista en otra, por lo que cada vez que los precios cambien en la lista original se actualizaran en la nueva.

Cada unidad de medida de un articulo que posea un grupo de unidades de medida asignado se le podrá mantener el precio, cuando añade una unidad de medida, el sistema calculara automáticamente el precio por unidad de cada unidad de medida basándose en las definiciones del grupo de unidades de medida, aunque se decida no introducir una unidad y precio para esta lista de precios, todavía será posible utilizar dicha unidad en un documento de ventas o de compras, por otro lado, se podrá fijar una lista de precios como inactiva hasta que este lista para usarla, por lo que una empresa podrá definir la determinación de precios por adelantado y activar una lista de precios cuando se requiera. Además, en caso de quererlo, se puede definir una lista de precios para que este activa para un rango de fecha especifico, lo cual permitirá a las compañías ofrecer cambios de precio por un periodo limitado. Si se utiliza una lista de precios inactiva en un documento, no aparecerán los precios. Para cada entrada de la lista de precios, se puede mantener hasta 3 precios con diferentes monedas, esto es muy útil cuando desea un precio exacto en una moneda diferente en lugar de depender de la conversión de moneda.

Por último, hay 2 listas de precios que se crean automáticamente y que los usuarios no pueden mantener:

* La lista de ultimo precio evaluado
* La lista de ultimo precio de compra
* El sistema mantendrá estas listas de precios de manera automática.

Hay una serie de controles para determinar los precios en la ficha determinación de precios de parametrizaciones generales, estos controles cubren 3 aspectos principales:

* Lista de precios inactivas
* Artículos sin precio
* Determinación de precios de la unidad de medida

Hay 2 métodos para mantener los precios en tus listas de precios:

* El primero es mantener los precios directamente de la ventana de una lista de precios, aunque tambien esta la opción de hacer cambios manuales a precios individuales dentro de las listas de precios.
* El segundo es utilizar el asistente de actualización de precios, este asistente ofrece varios métodos para realizar cambios sistemáticos en los precios en una o más listas de precios.

El gerente de ventas utiliza varias listas de precios que se basan en una lista base, utilizando factores para gestionar las diferencias porcentuales entre la lista base y todas las demás, este método tiene la ventaja de hacer que los incrementos porcentuales son fáciles de gestionar en las listas basadas en la lista base, el problema surge cuando algunos de los precios necesitan variar del porcentaje estándar, cuando una o varias listas de precios necesitas mejoras importantes, una buena practica es usar la tecnología “wizard”, esta tecnología, es muy flexible lo que permite cambiar los ítems seleccionado en una o mas listas. El primer paso será elegir el modo de actualización, después seleccionaremos los criterios de actualización, una vez hecho eso, veremos una simulación con los cambios de precio, por último, veremos los resultados de los cambios realizados. Otro uso común para la herramienta es el convertidor de precios dependiendo de la moneda, además permite ajustar la unidad de medida.

Un precio básico para un producto puede no ser suficiente, probablemente desee definir precios de venta por un periodo de tiempo limitado, es posible que desee otorgar un descuento cuando un cliente compra una gran cantidad. Los descuentos por periodo y cantidad le permiten definir los descuentos por fecha, basados en cantidad de una lista de precios existentes. Puede utilizar los descuentos por periodo y cantidad para definir precios especiales en listas de precios. Para determinar estos descuentos hará falta pasar por varias ventanas y ajustes. En caso de haber establecido múltiples unidades de medida para un artículo, puede definir precios y descuentos por cantidad para cada unidad de medida que haya en el grupo de unidades de medida de ese artículo.

Los grupos de descuentos son el tipo de determinación de precios mas flexible, puede asignar un grupo de descuento a un interlocutor comercial especifico, un grupo de interlocutores comerciales o hasta todos los interlocutores comerciales, los descuentos se definen para los artículos específicos o grupos de artículos, una combinación de propiedades del articulo o un fabricante de articulo. Para crear un grupo de descuento es pensar los tipos de descuentos que serian adecuados para uno o mas interlocutores comerciales y agruparlos dentro del grupo de descuento. Estos se pueden asignar no solo a interlocutores comerciales específicos, sino a grupos de interlocutores específicos, hasta asignarse a todos los interlocutores comerciales, ya que puede asignar un descuento por grupos y para todos los interlocutores comerciales. Hay cuatro fichas en todos los grupos de descuento para definir descuentos:

* Grupo de artículos
* Propiedades
* Fabricantes y artículos

Otra opción es utilizar propiedades de articulo como una forma de indicar que artículos deben tener un descuento, una excelente función de los grupos de descuento a nivel de propiedades de articulo es que SAP permite definir un descuento para varias propiedades a la vez. además, las compañías con frecuencia deben ofrecer precios de incentivo con productos gratuitos, los descuentos se pueden basar en función de la cantidad comprada. Cuando el sistema busca un precio, busca el tipo de precio más especifico primero en este orden:

* Primero busca precios especiales para interlocutores comerciales.
* Si no existen el sistema busca los grupos de descuento.

Uno de los factores que controla es si un grupo de descuento se aplica a un documento es la parametrización de valides. Como todos los precios, tiene la opción de marcar un grupo de descuento como inactivo o fijar un rango de fechas de validez para un grupo de descuento. Otro factor para aplicar un grupo de descuento en un documento de marketing puede ser que un interlocutor comercial o articulo se excluya de los grupos de descuento, aunque defina que un grupo de descuento se aplique a todos los interlocutores comerciales, tiene la opción de excluir un interlocutor comercial de todos los grupos de descuento. Luego de que el sistema elimino un precio especial para el interlocutor comercial y articulo en una línea del documento de ventas, el sistema busca un grupo de descuento, ya que los grupos de descuento se pueden aplicar a un interlocutor comercial, un grupo de interlocutores comerciales y a todos los que tengan solapamiento de periodos de validez.

Se puede establecer la regla para el documento efectivo para un interlocutor comercial o para un grupo de interlocutores comerciales puede seleccionar una de cinco parametrizaciones para el descuento efectivo:

* El descuento más bajo: se establece el descuento más bajo disponible.
* El descuento mas alto: se establece el descuento más alto.
* Promedio: Se establece el promedio de todos los descuentos disponibles.
* Total: Se establece la suma de todos los descuentos disponibles.
* Multiplicado: El sistema multiplica todos los descuentos disponibles y utiliza el resultado como el descuento.

En resumen, una gran ventaja al usar los grupos de descuento es cuando crea nuevos artículos, cualquier grupo de descuento que se aplica se incluye automáticamente. Al igual que se aplican descuentos de periodo y cantidad a las listas de precios, los precios especiales para los interlocutores comerciales tambien pueden tener descuentos de periodo y cantidad. Los precios especiales definidos para un interlocutor comercial anulan al resto de precios que figuran en el documento de marketing, este será el primer precio que busca el sistema. Una función practica de los precios especiales es que, una vez que defines un precio especial, puedes copiarlo y aplicarlo a otros interlocutores comerciales, para copiar los precios especiales de un interlocutor a otro hay una serie de reglas:

* Sustituir todos artículos (el sistema copia los precios y sobrescribe los existentes.
* Sustituir solo los artículos existentes
* No sustituir artículos.