

Administración de los Gastos de la Fuerza de Ventas

Los costos que corresponden a la labor de los vendedores en el campo han aumentado con velocidad y se espera que continúe esa tendencia. Los principales tipos de gastos de ventas incluyen las comidas y entrenamiento, los viajes aéreos, la renta de automóviles y el hospedaje.

En el caso de los vendedores, la productividad es el cociente entre las ventas y los costos de esa fuerza de ventas, los que contienen sueldos, cargas sociales, comisiones, distintos tipos de incentivos, viáticos, otros gastos (como seguros, amortización del vehículo si es de la empresa, etc.) y gastos de material promocional.

Determinación del Costo del Vendedor

Se deben tomar en cuenta en el cálculo del costo del vendedor tanto elementos remunerativos como otros factores que involucren desembolsos claramente atribuibles al costo de la visita a clientes.

Son parte del costo del vendedor:

- Sueldos.
- Aguinaldo.
- Cargas sociales sobre sueldo y aguinaldo.
- Gratificaciones anuales, si existen, y sus cargas sociales.
- Comisiones por ventas, sobre la base del porcentaje obtenido promedio en caso de lograr la cuota.
- Viáticos y gastos de movilidad.
- Si el automóvil es de la empresa, su amortización.
- Si el automóvil es del vendedor, se paga todo tipo de desgaste del automóvil, etc.
- Recompensas otorgadas por ventas.
- Costo de Programas de incentivos.

Administración de los Gastos de la Fuerza de Ventas

- Costo de materiales utilizados, si existieran. Por ejemplo, ayudas visuales, catálogos de promoción, muestras de producto, etc.
- Prorrateso del costo de la supervisión.

Control de Gastos Mediante el Reembolso

Es habitual que los vendedores con base únicamente en comisiones eroguen sus propios gastos con ellas; casi todas las empresas reintegran a sus vendedores los gastos genuinos de ventas. Hay tres planes de reintegro muy utilizados: ilimitados, limitados y de combinación.

- Planes de reintegro ilimitado. Es el sistema más usado del control de gastos y posibilita reintegrar a los vendedores todos los gastos de viaje y de ventas necesarios.
- Planes de reintegro limitado. Se limita al reintegro de gastos ya sea un importe fijo en pesos durante un tiempo determinado o a un costo permitido por artículo.
- Planes de combinación. Los gerentes de ventas pueden considerar una mezcla de los esquemas de reintegro limitados e ilimitados para asegurar las ventajas de ambos.

Referencias:

Barbosa, C. (s/f). Administración de la Fuerza de Ventas, Un Enfoque hacia la Productividad. Boletín de Lecturas Sociales y Económicas, Año 3, No. 14.

Moyeda, R. (2002). Un Modelo de Administración Estratégica Aplicable en la Administración de Ventas. UANL. Facultad de Contaduría Pública y Administración. Dirección General de Bibliotecas