

Dal budget delle vendite al budget della produzione

Parte (B)

Terminata la riunione di budget nella quale si è chiuso il budget delle vendite prende via alla Mozart la fase di predisposizione del budget della produzione. In una riunione che vede coinvolti il Direttore Commerciale, dr. Franco Guglielmi, il Direttore della Produzione, ing. Sebastiano Bacchi, e il controller, dr.ssa Maria Laura Costanzi, le cose si svolgono più o meno così.

Guglielmi: “Mi accorgo troppo tardi che dalla riunione precedente sono uscito con le ossa rotte. Il dr. Volfanghi pretende da me l'impossibile: fatti quattro conti mi avete chiesto di crescere sulla GDO del 35%, mentre abbiamo ipotizzato che tutti gli altri crescano in media del 5%! Se non è chiedere i miracoli questo. E la fregatura che mi avete rifilato sta nel fatto che avete condizionato i premi per i miei al raggiungimento del fatturato di budget. Bella fregatura mi ha tirato, lui e la sua maledetta PNL. Potevate non prometterli i premi, se poi li condizionate al raggiungimento di Marte in due mesi! E magari state anche pensando a limitarmi le scorte necessarie per operare, alla faccia del miglioramento del livello di servizio”

Bacchi: “Per me va bene. Più produco meglio sfrutto le risorse che ho a disposizione. Basta che non mi cambi i mix “ogni due per tre” come fai di solito...”

Guglielmi: “Certo che voi in produzione siete sempre flessibili come un palo di cemento. Ma il cliente chi lo sente? Lo avvertite voi che possiamo vendergli solo quello che produci tu, Sebastiano? Io ho bisogno di almeno quattro mesi di copertura delle vendite. Quattro mesi, non un giorno di meno”

Costanzi: “Certo, riempiamo pure il magazzino. Poi chi lo sente Volfanghi quando diventa necessario andare in cerca di finanziamenti per coprire gli investimenti in magazzino e crediti?! Glielo dici tu? Caspita, sai Volfanghi come s'inquieta quando ha a che fare con quei simpaticoni della banca. Hai mai pensato di iscriverti ad un MBA? Parlano di una tecnica innovativa: il just in time!”

Bacchi: “Guglielmi, vola basso, ti prendi anche le impallinate della Costanzi oggi. Però devo darle ragione: con i nostri tempi produzione non ha senso una scorta così pesante. Non siamo mica un'industria siderurgica!”

Costanzi: “Poi Guglielmi, ti lamentavi perché non prendiamo il premio sul ROI. Se mi uccidete la rotazione del capitale investito in questo modo possiamo portare a casa qualsiasi ROS che la redditività del capitale investito piange comunque! Già non abbiamo una gran rotazione delle scorte: se non erro è intorno al sei per le molle e a quattro per il poliuretano”

Guglielmi: “Perché, le due cose sono correlate?!”

Bacchi: “Guglielmi, hai proprio bisogno di un MBA”

Guglielmi: “Oh, basta prendere per i fondelli, ragazzi. Io lavoro da quando voi scaldate i banchi. Anche se non sono ingegnere o non ho fatto un master come la principessa “so tutto io”, se non ci fossimo noi a vendere voi non sareste che dei barboni...Comunque io ho una figlia da sposare quest'anno, per cui il premio su ROI lo voglio portare a casa. Maledetti contabili, mi fregate sempre. Faremo i miracoli, tanto ormai ci riesce facile: ci siamo abituati. Ma mi raccomando, non facciamo come l'ultima volta che mi avete coperto le vendite passate...Con quello che mi chiedete di crescita è come andare al polo in mutande...”

Costanzi: “Allora d'accordo: i tassi di durata delle scorte uguali a quelli passati! A proposito Bacchi, so che ti sei trovato con Amelia List dell'amministrazione per la stima delle scorte di fine anno”

Bacchi: “Come no: ho ancora mal di testa! Per me quella parla arabo: costo industriale pieno, LIFO, giacenza media di periodo, rimanenze; ma non potreste parlare come i cristiani voi contabili?”

Costanzi: “Lascia perdere queste cose per eletti. Dammi le quantità, mi accontento di quelle, tanto a budget vanno a standard”

Bacchi: “Ecco ci risiamo: “tanto a budget vanno a standard”. Cosa significa?! A prescindere...le quantità le ho qui in questo report: sono 125.000 materassi a molle e 11.000 in poliuretano”

Costanzi: “Ok ragazzi. Proviamo a buttar giù il budget delle quantità da produrre”

Sulla base delle informazioni contenute in questo dialogo unitamente ai dati presenti nel budget delle vendite, il lettore è chiamato a sviluppare il budget mensile delle quantità da produrre, distinguendolo tra le due diverse linee di prodotto. Si tengano in debita considerazione i tassi di rotazione delle scorte che le caratterizzano e i livelli di giacenza iniziali stimati.