

[illegible]

- Detalles artículo
- Base: totales, descuentos, tipo impositivo, forma de pago

FACTURA ELECTRÓNICA

Documento electrónico que cumple con los requisitos legal y reglamentariamente exigibles a las facturas y que, además, garantiza la autenticidad de su origen y la integridad de su contenido, lo que permite atribuir la factura a su obligado tributario emisor. Tiene como ventajas frente a la factura normal:

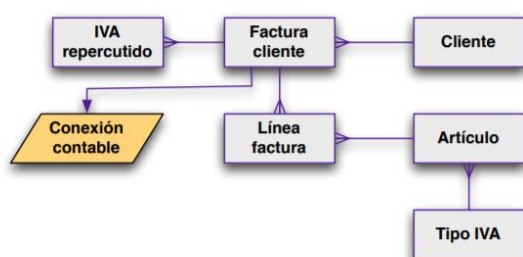
- Archivo automatizado
- Contabilización automática
- Localización
- Seguridad
- Reducción de costes

REQUISITOS DE INFORMACIÓN

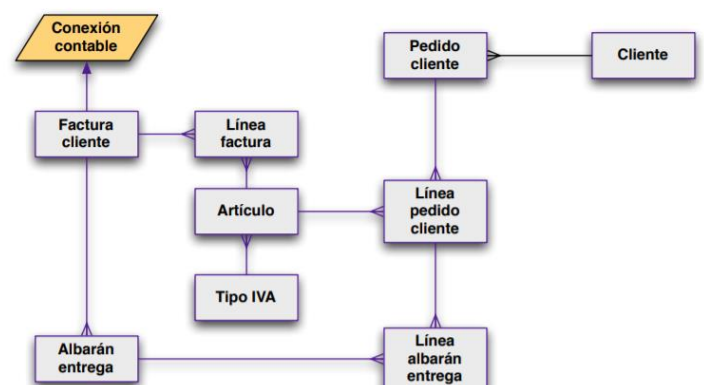
- Clientes
 - NIF Datos personales
 - Acumulado de ventas
 - Acumulado débito
 - Riesgo
 - Recargo de equivalencia
 - Fecha de última compra
- Artículos
 - Código Descripción
 - Stock real
 - Stock mínimo
 - Stock máximo
 - Stock teórico
 - Acumulado de pedidos de compras
 - Acumulado de pedidos de ventas
 - Fecha de la última venta
 - Tipo de IVA
 - Precio de coste
 - Precio de venta
 - Precio medio (coste, venta)
 - Proveedor habitual

MODELOS

Modelo de facturación en punto de venta



Modelo de facturación de pedidos



Conceptos: IVA, IVA repercutido (devengado), IVA soportado

Comercialización: actividades orientadas a la venta de un producto, ya sea la fijación de su precio, promoción o distribución de este. Parte más técnica(estudio)

Marketing: principios y prácticas que tienen como objetivo mejorar la comercialización de un producto. Tiene un componente más humano-artístico

FUNCIONES DE LA GESTIÓN COMERCIAL (muy importante!!!)

- **Nivel operativo**
 - Apoyo a los operadores
 - Gestión de carteras de clientes
 - Control de contactos
 - Consultas sobre características y disponibilidad de productos
 - Información de “crédito” de productos
 - Gestión de procesos de ventas
 - Recepción de pedidos
 - Facturación
 - Devoluciones
- **Nivel táctico**
 - Recogida de información de ventas para realizar previsiones y ver problemas
 - Gestión y control de campañas de publicidad y promoción
 - Establecimiento de precios y en función de datos del mercado
 - Análisis de los competidores
 - Decisión de formas de distribución
- **Nivel estratégico:** se trabaja con planes globales a largo plazo usando muchos datos
 - Dividir el mercado en segmento
 - Seleccionar los segmentos de mercado para la organización
 - Planificar producto y servicios
 - Predecir ventas