

STI-tema-5.pdf



Anónimo



Sistemas y Tecnologías de Información



1º Grado en Ingeniería Informática



Escuela Politécnica Superior

DATOS DE UNA FACTURA

- nº de factura
- fecha
- nº de albarán (o albaranes)
- identificación cliente
- códigos de los artículos vendidos
- cantidades entregadas de cada artículo
- condiciones de venta
- código del vendedor
- precios
- bonificaciones de la lista de precios que corresponda (precios para minoristas, mayoristas, distribuidores, ...)

DEVOLUCIÓN

→ se crean:

- ① Devolución (referente al albarán)
- ② Abono (referente a la factura)

FACTURA PROFORMA

- también llamada factura de reserva
- NO modifica stock
- va antes que el albarán
- ↓ disponible (si no se ha creado antes un pedido)

facturas en base a X documento**- en base a PEDIDO**

- ↑ deuda cliente
- ↓ stock + ↓ comprometido ⇒ disponible no varía
- estado:
pedido pendiente → pedi. servido

- en base a ALBARÁN

- ↑ deuda cliente
- estado:
albarán pde facturar → alb. facturado

- sin referencia a documento base

- ↑ deuda cliente
- ↓ stock ⇒ ↓ disponible

inventario = stock + pendiente de recibir - comprometido (disponible)

la factura se puede generar directamente desde:

↑ comprometido ⇒ ↓ disponible ←

↓ stock ↓ comprometido ⇒ disponible no varía ←

- ① en base a pedido
↓ stock
↓ comprometido
- ② sin referencia
↓ stock

- documentos básicos:

→ genera compromiso de precio durante un periodo de tiempo concreto

Fase 1: formulación del pedido
Fase 2: análisis formal del pedido

→ documento de solicitud de venta

Fase 3: se evalúa el riesgo (crédito del cliente)
Fase 4: servicio del producto

→ comprobación de la disponibilidad + solicitud de envío

Fase 5: distribución hoja de ruta con datos del recorrido
Fase 6: facturación

- factura
- proforma: provisional, no modifica nada
- factura negativa: abono

Fase 7: control y registro contable

- ↳ verificar que toda mercancía entregada sea facturada
- ↳ verificar importes globales de facturación

INTRODUCCIÓN

- Proceso de comercialización:

· se focaliza en:

- ① pronósticos de mercado
- ② pedidos de cliente

· utiliza el sistema de inteligencia de mercado para:

- ① informar de los comportamientos de los clientes
- ② desarrollar productos de competencia
- ③ informar el posicionamiento en el mercado
- ④ proveer info. de { perfiles de competidores (estrategias)
perfiles de productos

· debe preocuparse de:

- ① hacer atractivo su producto
- ② mantener los niveles de existencia
↳ anticipar las necesidades
↳ aplicar regla 20-80

el 20% de los productos que comercializo supone el 80% del beneficio → best sellers

- ③ efectuar entrega rápida

- Procesos principales para comercialización

- desarrollar nuevos productos
- pronosticar ventas
- disponer de existencias de productos agotados
- administrar la publicidad
- procesar pedidos de clientes (ventas)

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**PROCESO DE VENTAS**