



Índice Temático UF 1

Tema 1 . ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA	13
Tema 2 . COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL EN LOS PROCESOS DE COMPRAVENTA	45
Tema 3 . ADAPTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL AL TELEMARKETING	61
Tema 4 . TRAMITACIÓN EN LOS SERVICIOS DE POSTVENTA	79

Índice Cuestionarios UF 1

Cuestionario 1	41
Cuestionario 2	57
Cuestionario 3	74
Cuestionario 4	88

Índice QR UF1

• Vídeo: Tipos de Cliente	17
• Web: Opinión de marketing positivo	63
• Web: Modelo de Acta de Reunión	72
• Vídeo: Fidelización de clientes	81
• PDF: Ley orgánica 15/1999	87
• PDF: Ley 2/2011, de 4 de Marzo	87
• PDF: RD 1720/2007	87

Índice Actividades y Artículos UF1

• Actividad: 5 ejemplos	44
• Artículo: Principales beneficios que reporta el resumen de la visita comercial	73



Índice Temático UF 2

Tema 1 . TRAMITACIÓN ADMINISTRATIVA DEL PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES DE COMPRA-VENTA CONVENCIONAL	93
Tema 2 . APLICACIÓN DE LA NORMATIVA MERCANTIL Y FISCAL VIGENTE EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA	175
Tema 3 . GESTIÓN DE STOCKS E INVENTARIOS	215

Índice Cuestionarios UF 2

Cuestionario 5	241
----------------------	-----

Índice Actividades, ejercicios y ejemplos UF 2

• Actividad: Selección de ofertas	102
• Actividad: Selección de proveedores	105
• Realiza: Plan de aprovisionamiento	116
• Actividad: Ejemplo de presupuesto.....	120
• Actividad: Elaboración de pedido	123
• Ejemplo: Confirmación de pedido.....	128
• Ejemplo: Albarán	132
• Ejemplo: Pedido y albarán	134
• Ejemplo: Elaborar factura.....	141
• Ejercicio: Rellenar las siguientes facturas.....	147
• Ejemplo: Elaboración y comercialización.....	150
• Ejemplo: Tipos de recargo.....	154
• Ejemplo: Cálculos de la factura.....	157
• Actividad: Elaborar factura	158
• Actividad: Elaborar pedidos	159
• Ejemplo: Comprobación de facturas	160
• Ejercicio: Elaborar la hoja de casación de facturas	163
• Ejercicio: Elaborar el arqueo de caja	165
• Ejercicio: Confeccionar parte de incidencias.....	170
• Ejercicio: Rellenar el modelo 303 (1T).....	184
• Ejercicio: Rellenar el modelo 303 (2T).....	188
• Ejercicio: Rellenar el modelo 303 (3T).....	192
• Ejercicio: Rellenar el modelo 303 (4T).....	196
• Ejercicio: Saldo por IVA soportado.....	200
• Ejercicio: Saldo por IVA soportado.....	201
• Ejercicio: Complimentar todos los M303	210
• Ejercicio: Ficha de almacén (I).....	230
• Ejercicio: Ficha de almacén (II).....	232
• Ejercicio: Inventario	234

Índice QR UF 2

• Vídeo: Tipos de empresa	94
• Web: Aplicación para la creación de facturas electrónicas.....	145
• PDF: El Código de Comercio	176
• PDF: Normas de cumplimentación del modelo 303	184
• PDF: Orden HAP/2222/2014	201
• PDF: Tratado de la UE.....	212
• PDF: Tratado de funcionamiento de la UE.....	212
• PDF: Manual de procedimientos.....	238



Índice Temático UF 3

Tema 1 . UTILIZACIÓN DE APLICACIONES DE GESTIÓN EN RELACIÓN CON CLIENTES-PROVEEDORES (CRM)	249
Tema 2 . UTILIZACIÓN DE APLICACIONES DE GESTIÓN DE ALMACÉN	285
Tema 3 . UTILIZACIÓN DE APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN DE LA FACTURACIÓN	293
Tema 4 . UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE APLICACIONES DE GESTIÓN DE LA POSTVENTA	307

Índice Cuestionarios UF 3

Cuestionario Final	336
--------------------------	-----

Índice Actividades, ejercicios y ejemplos UF 3

• Actividad: Añadir los siguientes productos.....	265
• Ejemplo: Datos de agente	266
• Actividad; Introducir proveedor y artículos	269
• Ejemplo: Registro de pedidos	272
• Importante: Histórico de movimientos	291
• Actividad: Generación de facturas	299
• Actividad: Generación de plantillas	299
• Actividad: Impresión	299
• Actividad: Registro de pedidos.....	304
• Importante: Opciones ante errores	308
• Actividad: Prácticas con facturas	326
• Actividad final de repaso	331
Respuestas cuestionarios	338
Bibliografía	348



- Procedimiento de reclamaciones y quejas

Debemos de tener implementado en la empresa un protocolo de actuación, para gestionar la tramitación de las quejas y reclamaciones. Esto que hasta ahora se gestionaba por las vías convencionales de comunicación (*cartas, correos, teléfono*), en la actualidad debe incorporar nuevos sistemas de gestión, al canalizarse las quejas por ejemplo a través de las redes sociales. Existen aún reticencias por parte de las empresas, a fijar mecánicas de actuación en el entorno de la *web 2.0* para dar respuesta, a incidencias planteadas por los clientes.

La realidad es que nos movemos en un entorno en el que las formas de comunicación han evolucionado, y no estar al tanto de esos avances en las formas de comunicación de los clientes, nos aparta de ellos y no nos permite ofrecer un buen servicio postventa. Son muchos los casos de empresas que no habiendo prestado atención a lo que se decía de ellas en las redes sociales, han comprobado como el efecto viral de lo que se decía de ellas, se ha extendido y ha provocado serios perjuicios a su productividad.

Las empresas deben mostrarse siempre abiertas a recibir información, tanto positiva como negativa sobre su actuación. Surge aquí como figura necesaria la del "**Community Manager**", o responsable de comunicación de la empresa en la *web 2.0*. Este puede además encargarse de gestionar los procesos de comunicación, a través de los cuales se den respuestas a las quejas y reclamaciones planteadas por los canales tradicionales.

Normalmente el proceso de planteamiento de incidencias por parte del cliente, suele empezar con exposición de la queja. Si el cliente percibe que ante la queja la empresa no ofrece ninguna solución satisfactoria, inicia el proceso para plantear una reclamación. La empresa por tanto, debe establecer una política de actuación que le permita solucionar las incidencias que se plantean, desde el principio.

No es positivo para la empresa que el grado de insatisfacción del cliente aumente, y le lleve a plantear una reclamación. La razón fundamental para que las empresas actúen con rapidez ante las incidencias, es que su imagen corporativa no se vea afectada negativamente, y evidentemente no incurrir en unos costes asociados a las posibles indemnizaciones, a las que podría tener derecho el cliente. Hay quien afirma que cuesta más devolver la confianza en la empresa a un cliente que la ha perdido, que ganarse su confianza en un primer momento. Un cliente muy insatisfecho con nuestra actuación, puede hacernos mucho daño a través de la información que transmita en su entorno.

Establecer un procedimiento para gestionar las quejas y las reclamaciones implicará tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Determinar:** de una forma clara los medios a través de los cuales los clientes pueden contactar con la empresa.
- **Elaborar:** una documentación estandarizada para tramitar las incidencias. Ejemplo. Hoja de registro de incidencias. Este tipo de documentos deben incluir unos elementos mínimos como por ejemplo:
 - **Identificación del cliente:** nombre y apellidos, DNI, domicilio.
 - **Explicación de la incidencia** y los motivos por los que formula la misma.
 - **Identificación del lugar exacto de la empresa que provoca la incidencia.**
 - **Lugar de emisión de la incidencia.**

Una vez recogida la incidencia, la empresa debe establecer un protocolo de actuación para su tramitación interna, indicando cómo se canaliza la misma, al lugar de la empresa desde el que se analizará y se dará una respuesta.

Tomada una decisión con respecto a la incidencia, la empresa deberá ponerse en contacto con el cliente, para hacerle saber la decisión que se ha tomado. Si es posible además de una comunicación escrita, se deberá realizar una llamada para intentar personalizar el trato dispensado.

En términos de gestión archivística, todas las incidencias deben incorporarse a expedientes abiertos para cada cliente.

Recepción

La recepción de las incidencias es una fase importante, porque es el primer momento en el que percibimos la insatisfacción del cliente. Debemos recibir la información, con la voluntad de dar una respuesta lo antes posible. Cuanto más tiempo esté insatisfecho el cliente, mayores probabilidades habrá de perderlo y de provocar un daño difícilmente reparable, a la imagen corporativa de la empresa. Si se trata de una empresa obligada legalmente, deberá facilitar la hoja de reclamaciones al cliente (*diferente a la hoja de incidencias, que es solo para trámite interno de la empresa*), si éste la solicita (*en consumo*). Estas hojas de reclamaciones constan de varias páginas. El cliente se queda con una, para poderla presentar en la **Oficina Municipal de Información al Consumidor**. Esta oficina es un servicio gratuito de información y orientación al consumidor, que además media en los conflictos que puedan surgir entre consumidores y empresarios, para intentar una solución amistosa. **Ejemplo. OMIC Madrid.**

Hoja de reclamaciones en la Comunidad Autónoma de Madrid

Estas hojas solamente pueden ser utilizadas para reclamaciones en Hoteles, Hostales, Pensiones y otro tipo de Alojamientos Turísticos, Restaurantes, Bares, Cafeterías y Agencias de Viajes.

Los establecimientos y empresas turísticas tienen la obligación de tener Hojas de Reclamaciones a disposición de los clientes, (obligación contenida en el Artº 12, i) de la Ley de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid).

Las Hojas de Reclamaciones son un medio que la administración turística pone a disposición de usuarios y clientes de servicios turísticos para que puedan ejercitar el derecho a formular reclamaciones ante la Dirección General de Turismo. (Artº 3, f) de la Ley de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid.)

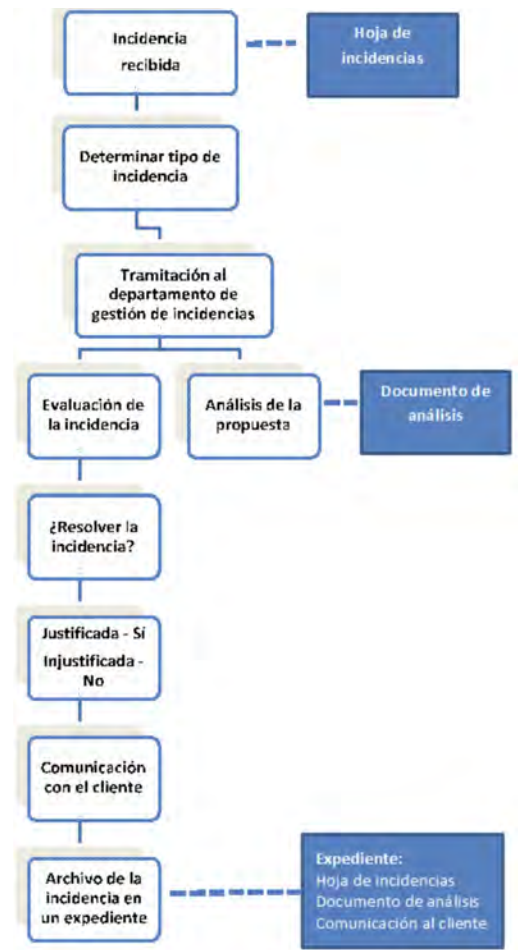


Diagrama: Fases de tramitación de incidencias

ANEXO I

HOJA DE INCIDENCIAS

A rellenar por el centro, servicio o establecimiento antes de la entrega de la hoja al usuario:

Nombre del centro, servicio o establecimiento.....			
Dirección.....			
C.P.....	Localidad.....	Provincia.....	
Teléfono:	Fax:	E-mail:	

A rellenar por el usuario o su representante (los datos reflejados se consideran confidenciales):

Nombre y apellidos del usuario.....		D.N.I.....	
Domicilio.....		Teléfono:	
C.P.....	Localidad.....	Provincia.....	
En su caso:			
Nombre y apellidos del representante.....		D.N.I.....	
Domicilio.....		Teléfono:	
C.P.....	Localidad.....	Provincia.....	

Contenido de la reclamación o sugerencia:

.....

.....

.....

.....

.....

Lugar, fecha y firma del usuario.



JUNTA DE ANDALUCÍA
Comunidad de Trabajo e Industria
Dirección General de Comercio, Consumo
y Cooperación Económica

HOJA DE RECLAMACION
COMPLAINT FORM

INSTRUCCIONES DE USO EN EL DORSO DE LA HOJA VERDE
PLEASE, FOR INSTRUCTIONS SEE OVER

CONTROL DE ENTRADA DE LA OFICINA DE RECEPCION
FECHA:
FIRMA RECEPTOR:

1. LUGAR DEL HECHO - PLACE OF OCCURRENCE
EN TOWN: PROVINCIA: FECHA DATE:

2. IDENTIFICACION DEL RECLAMANTE - DETAILS OF COMPLAINANT
1.º APELLIDO SURNAME: 2.º APELLIDO: NOMBRE FIRST NAME:
SEXO SEX: EDAD AGE: PROFESION PROFESSION:
D.N.I. PASAPORTE N.º: DOMICILIO C/ ADDRESS ST.: MUNICIPIO TOWN: PROVINCIA PROVINCE: COD. POST. POSTAL CODE:
NACIONALIDAD NATIONALITY: TELEFONO TELEPHONE:

3. IDENTIFICACION DEL RECLAMADO - DETAILS OF PERSON UNDER COMPLAINT
NOMBRE O RAZON SOCIAL: ACTIVIDAD:
CIF O D.N.I. FISCAL N.º: DOMICILIO C/ ADDRESS ST.: MUNICIPIO TOWN: PROVINCIA PROVINCE: COD. POST. POSTAL CODE: TELEFONO TELEPHONE:

4. HECHOS RECLAMADOS - DETAILS OF COMPLAINT

DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN - DOCUMENTS INCLUDED:
FACTURAS, ENTRADAS, MUESTRAS, ETC. - TICKETS, BELLS, SAMPLES, ETC.

5. FIRMAS - SIGNATURES
CONSUMIDOR CONSUMER: RECLAMADO PERSON UNDER COMPLAINT:

2020103

EXEMPLAR PARA ENTREGAR POR EL CONSUMIDOR EN LA ADMINISTRACION
THE CLIBIT IS PROVIDED TO HAVE THE COPY OVER TO THE ADMINISTRATION

Formulación documental

Ya hemos comentado que los documentos que principalmente se elaboran en la tramitación de las incidencias son: hoja de incidencias, documento de análisis y expediente.

Pero también habría que implementar a nivel interno, dentro del sistema de gestión integral de la información de la empresa, una mecánica de registro, en forma de base de datos, con todas las incidencias acaecidas a lo largo del tiempo.

Resolución de dudas

La empresa debe mostrar siempre una predisposición clara a resolver dudas. Mantenerse al margen de la realidad no es una buena opción, porque nos separa de nuestros clientes, y no ayuda a mejorar la imagen que el cliente tiene de la empresa.

El cliente siempre debe percibir a la empresa como algo cercano, que está ahí para resolver dudas que puedan surgir.

No es habitual que exista una documentación que respalde la gestión de las dudas por parte de las empresas, pero sí resultará conveniente realizar anotaciones de dichas dudas para trasladar dichas anotaciones al expediente de cada cliente.

Hoy en día con la existencia de las redes sociales y profesionales, de las páginas web corporativas, *blogs* de empresa, etc., es más fácil mantener un trato más directo, cercano y rápido con los clientes.

De esta forma, muchas empresas realizan un proceso de gestión de las dudas más inmediato.

LOGOTIPO O NOMBRE DE LA EMPRESA

HOJA DE SUGERENCIAS
¡Ayúdanos a mejorar!

Si tienes alguna sugerencia que hacernos, exponla en esta hoja y entrégala al personal del local. Tú opinión nos será de gran ayuda para mejorar la calidad de nuestro servicio.

Sr. Director, _____

Muchas gracias por tú colaboración!

Es importante que rellenes tus datos personales para poder responderte lo antes posible

Fecha: _____ hora: _____

Nombre y apellidos: _____

Dirección Postal: _____

Email: _____

También puedes hacerlo por e-mail a _____ @gmail.com

Calle Puerto Bamis, Nº 5 (28980) - Madrid Tel.: 91 765 111



ACTIVIDAD: SELECCIÓN DE OFERTAS

Interlax es una tienda de informática que se encuentra en Madrid. Ha establecido contacto por teléfono con tres proveedores y les ha solicitado ofertas para routers con determinadas características.

Tras recibir las ofertas de los proveedores, en Interlax se ha elaborado la siguiente tabla para facilitar la comparación de las condiciones comerciales ofrecidas.

- **Cuadro comparativo de ofertas de proveedores**
- **Lugar y fecha:** Madrid, 22 de abril de 201X.
- **Solicitud de oferta:** n.º 13/201X.
- **Artículo:** Router (enrutador).

Características: 10 equipos informáticos conectables y 225 metros de cobertura.

Proveedor	RESTORE, S. A.	IFK, S. L.	BYTE, S. A.
Precio unitario contado	40,15 €	39,50 €	40,30 €
Unidades mínimas por envase	1	10	1
Cantidad mínima por pedido	25	100	50
Plazo de entrega	1 día	7 días	3 días
Portes (coste total no unitario)	120€	150€	0€
Rappel por volumen de compra (si es superior a 30.000 unidades)	2,5%	1,5%	3%
Otro descuento comercial	0,75%	0%	0,25%
Descuento financiero por pronto pago (si pagamos al contado o en <= 20 días)	1 %	0%	0%
Si pagamos entre 21 y 29 días	Ni descuentos, ni recargos		
Recargo financiero 30 días (si pagamos en >= 30 días)	0,5%	0,65%	0 %
Recargo financiero en >= 60 días	1 %	1,5%	0%
Recargo financiero en >= 90 días	2 %	3%	2 %

Análisis de ofertas

A partir de los datos anteriores, se realiza el análisis de las ofertas. Este análisis consiste en estudiar cuál de ellas es la más adecuada, considerando las necesidades que tiene la empresa.

Para efectuar el análisis, se calculan y se comparan los siguientes datos:

- **Importe bruto:** Precio unitario al contado x unidades a comprar.
- **Costes de compra:** Portes, seguros,...
- **Descuento comercial Rappel:** Importe bruto x Rappel por volumen de compra (%). Será efectivo si nuestro volumen de compra supera la cantidad establecida.



Otros descuentos comerciales:

Importe bruto x Descuento comercial (%).

- **Coste de la compra:**
Importe bruto + Costes de compra — Rappel — Descuento comercial.
- **Coste de la compra con pronto pago:** a \leq 20 días.
(1 — Descuento por pronto pago) x coste de la compra.
- **Coste de la compra a más de 30 días:** a \geq 30 días.
(1 + Recargo financiero a 30 días) x coste de la compra.
- **Coste de la compra a más de 60 días:** a \geq 60 días.
(1 + Recargo financiero a 60 días) x coste de la compra.
- **Coste de la compra a más de 90 días:** a \geq 90 días.
(1 + Recargo financiero a 90 días) x coste de la compra.

En base a los datos de las ofertas y considerando que Interlax necesita comprar 1.000 unidades, calcula la siguiente tabla de análisis de las ofertas.

ANÁLISIS DE LAS OFERTAS			
A nálisis por Proveedor	RESTORE, S. A.	IFK, S. L.	BYTE, S. A.
Unidades a comprar	1.000 unidades	1.000 unidades	1.000 unidades
Importe bruto			
Coste de los portes			
Rappel por compra sup. 30.000 €			
Otro descuento comercial			
Coste de la compra			
Coste de la compra con pronto pago			
Coste de la compra a \geq 30 días			
Coste de la compra a \geq 60 días			
Coste de la compra a \geq 90 días			
Nota. El rappel se aplica, porque el importe bruto supera la cantidad de 30.000 €.			

En este primer ejercicio hemos escogido una serie de variables y con respecto a ellas vamos puntuando la posición del proveedor con respecto a las mismas. Lo hacemos poniendo (1º, 2º, 3º,...)

No incorporamos ningún criterio de selección que priorice unas variables con respecto a otras.

Por tanto, tomamos una decisión sólo en base a qué proveedor tiene el mayor número de 1º. Suponemos que la empresa no ha establecido prioridades en unas variables con respecto a otras.



ACTIVIDAD: SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Haz el siguiente proceso de selección de proveedores. Después, selecciona un proveedor en función del mejor precio.

1. Redacta una carta de solicitud de ofertas a proveedores.

Datos de la empresa:

- Diseño Pegaso S. A.
- CIF: A-28/774124
- Los chopos, 23
- 28098 Madrid

Producto que se desea comprar: 500 cartuchos de tinta alta calidad blanco y negro de 750 impresiones.

Proveedores:	
Papería Clartax S.A.	Copina S.L.
NIF: A-33/212456	NIF: B-28/658902
Ramón y Cajal, 13	La cuesta, 112
02012 Albacete	28078 Madrid

2. Analiza las ofertas de los proveedores

OFERTA DE PAPELERIA CLARTAX S.A.	OFERTA DE COPINA S.L.
<ul style="list-style-type: none"> • Precio de venta: 15 €/cartucho. • Descuento comercial: 3,5 % • Descuento por pronto pago: 2 %. • Descuento por volumen de compra (a partir de 200 cartuchos): 3 %. • Gastos de transporte: 100 €. • Plazo de entrega: 7 días. • Forma de pago: a 30 días. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de venta: 17 €/cartucho. • Descuento comercial: 4 %. • Descuento por pronto pago: 3 %. • Descuento por volumen de compra (a partir de 400 cartuchos): 2 %. • Gastos de transporte: 0. • Plazo de entrega: 4 días. • Forma de pago: a 45 días.

Si pagamos a 30 días, entonces pagamos el coste de la compra.

Si pagamos antes de 30 días, entonces descuento por pronto pago.

ACTIVIDAD

Realiza la actividad siguiente en la que ya incorporamos factores que establecen una preponderancia de unos criterios de selección, con respecto a otros.

En una empresa desean renovar 150 impresoras de inyección de tinta. Después de un proceso de selección, han llegado a una etapa final, en la que se han considerado más interesantes las ofertas que aparecen en la siguiente tabla.



CONDICIONES ECONOMICAS			
Características	Fabricante A	Fabricante B	Fabricante C
Precio unitario	120	160	150
Descuento comercial	10 %	30 %	20 %
Transporte	1,50 €/un	1,75 €/un	1,60 €/un
Seguros	Incluido en el porte	Incluido en el porte	0,75 €/un
Rappels	5 % si la compra supera 9.000 €	10 % si la compra supera 7.000 €	8 % si la compra supera 10.000 €
CONDICIONES DE CALIDAD			
Calidad del producto	Aceptable	Muy buena	Buena
Plazo de entrega	30 días	10 días	30 días
Facilidades de pago	Contado	30, 60, 90, 120 días sin recargo	30, 60, 90 días sin recargo

Los criterios serán, por orden prioritario, los siguientes:

- Precio más bajo.
- Calidad.
- Facilidades de pago.
- Plazo de entrega.

Se elegirá al fabricante que responda a estos criterios de selección, siempre que los productos sean de una calidad aceptable, den unas buenas facilidades de pago y condiciones de entrega adecuadas.

Si un producto cumple con las condiciones de calidad y tiene el precio final más bajo, será el elegido, salvo que el siguiente tenga mejores condiciones de calidad y el importe del producto no sea superior al del precio más bajo en un 8 %.



- Gestión administrativa del seguimiento de clientes

Cuando culmina el proceso de búsqueda de información, solicitud de información y evaluación y selección de nuestros proveedores y clientes, debemos recabar toda la información obtenida a lo largo del proceso. Esta información deberá ubicarse en una base de datos. En ella dispondremos dicha información de una forma ordenada, estableciendo relaciones entre los campos que definen las tablas de la base de datos, para poder gestionar en el futuro todas aquellas consultas que consideremos necesarias, extrayendo de forma simultánea datos de varias tablas informativas a la vez.

Esta información la podemos recoger documentalmente, a través de unas fichas comerciales a las que ya hemos hecho referencia anteriormente, cuando veíamos de donde extraer los datos necesarios para evaluar y seleccionar proveedores. Podríamos definirlos como los documentos que recogen toda la información que la empresa tiene sobre los clientes, los proveedores y los productos. Estas fichas permiten gestionar las operaciones de compraventa, de una forma fácil y sencilla. Aunque los modelos de fichas pueden ser muy variados, y las empresas adoptan uno u otro en función de sus necesidades, es recomendable tener las fichas comerciales organizadas, aplicando un método de clasificación y archivo que facilite su consulta.

Ejemplo de ficha de clientes: *Modelos de fichas que la empresa Restorin S. A., distribuidora de vasos y copas, utiliza para registrar los datos referentes a sus clientes y proveedores.*

FICHA DE CLIENTE						
Nombre	N.º Cliente	NIF	Domicilio	Ciudad	CP	Teléfono/Fax
El Embrujo de Laia, S. L.	430-000-2642	B-87543212	Pez, 13	Burgos	09012	947007421 947543833
Persona de contacto	Cargo	e-mail		Clasificación		
Jorge Álvarez Alorso	Responsable de compras	jja@gmail.es		Minorista		
PRODUCTOS						
Artículo	Tamaño	Características				
Vasos	Água caja de 90 unidades	Cristal transparente				
Copas	Vino caja de 90 unidades	Cristal azul turquesa				
CONDICIONES COMERCIALES						
Forma de pago	Días de pago	Entidad bancaria	N.º de cuenta			
Letra aceptada a 90 días	10/2030	Banco BBVA	0987 0566 55 00009453			
Descuentos						
Comerciales	Rappel > 6.000 €	Rappel > 12.000 €	Pronto			
2%	3%	5%	1%			
Condiciones de entrega						
Portes	Plazo de entrega	Transportista	Observaciones			
Pagados	5 días	Transpesa S.L.	Reciben mercancía hasta las 12.00 h.			
PEDIDOS RECIBIDOS						
Fecha	N.º de pedido	Base imponible	Facturado			
03/01/2015	000014	1.796,50 €	2015/0056			
15/02/2015	000388	2.042,30 €	2015/0295			
08/04/2015	000785	1.850,40 €	2015/0638			
25/05/2015	001398	1.635,20 €				
FACTURAS EMITIDAS						
Fecha	N.º de factura	Base imponible	Total	Vencimiento	Pagado	
10/01/2015	2015/0056	1.796,50 €	2.083,94 €	10/03/2015	1.706,36 €	
22/02/2015	2015/0295	2.042,30 €	2.369,07 €	30/04/2015		
15/04/2015	2015/0638	1.850,40 €	2.146,46 €	20/05/2015		
ABONOS EMITIDOS						
Fecha	N.º de factura	Base imponible	Total	Factura origen	Devuelto	
25/01/2015	A-2015/004	325,50 €	377,58 €	2015/0056	377,58 €	
05/05/2015	A-2015/012	150,30 €	174,35 €	2015/0638		

Toda esta información recabada, nos va permitir ser capaces de dar respuesta a muchas quejas o sugerencias realizadas por los clientes. Nos mantenemos vinculados al cliente, incluso después de cerrar la venta. El cliente no deja de evaluar nuestra calidad en el momento que nos compra, sino que continua analizando nuestra actuación, con respecto a cualquier requerimiento que nos haga. Debemos mantener por tanto, un seguimiento del cliente.

Ejemplo: *A través de las redes sociales nos mostramos totalmente accesibles y cercanos al cliente, adoptando un posición receptiva al diálogo y a la solución de incidencias.*



Procedimientos y fases postventa

UF2

La empresa debe establecer un protocolo de actuación para determinar qué hacer después de cerrar la venta. Esto va a condicionar de forma determinante, la imagen que el cliente tenga de nuestra empresa en el futuro. Este trabajo que deben realizar las empresas, le reportará unos costes, pero a la vez la empresa aportará un valor añadido a sus procesos comerciales, que tendrá su impacto en mejoras de la productividad global. El cliente gracias a su poder de decisión y a la gran cantidad de oferta existente en los mercados, ya no valora únicamente lo ocurrido hasta el momento del cierre de la venta, sino que también valora la actuación de la empresa con respecto a la atención que se le presta por parte de la empresa en el futuro, cuando le surgen dudas, quejas o reclamaciones.

Todo esto condicionará que ocurra lo siguiente:

- **Imagen corporativa reforzada.**
- **Valor añadido para el producto/servicio.**
- **Mayor conocimiento del cliente.**

Habrán condicionantes como los recursos con los que cuenten las empresas, o los recursos que quieran emplear, que van a determinar de qué forma se realice el servicio postventa. Podríamos establecer como pautas de actuación en el servicio postventa las siguientes:

- **Reforzar la percepción del cliente mostrándole nuestro agradecimiento**, al realizar la venta y establecer acciones futuras, a través de las cuales mostremos nuestro reconocimiento, porque el cliente haya depositado su confianza en nosotros. Ejemplo. Enviarle cartas en las que a través del ofrecimiento de nuevas promociones, mostremos nuestro interés en mantener al cliente el mayor tiempo posible.
- **Un par de días después de cerrada la venta**, debemos ponernos en contacto con el cliente para tratar de identificar sus impresiones iniciales, con respecto al producto/servicio que ha adquirido, para poder evaluar la percepción del cliente con respecto al trato que se le ha dispensado, a lo largo de todo el proceso de venta. Mostrándole además nuestra total disposición, a solucionar cualquier incidencia que pueda surgir.
- **A lo largo de la fase posterior a la venta y dentro del protocolo de actuación establecido**, debemos incluir la mecánica de trabajo, con respecto a la forma de resolver las incidencias que puedan ir surgiendo.
- **Informar al cliente de los periodos de garantía legalmente establecidos**, y de los periodos de garantía adicionales que le ofrece la empresa. Con respecto a la garantía hay dos mecánicas de trabajo que puede llevar a cabo la empresa:
 - La empresa se encarga de tramitar todo el papeleo de la garantía, en caso de que un producto esté defectuoso.
 - La empresa no realiza ningún trámite con respecto a la garantía.
- **La empresa deberá evaluar la posibilidad de contar con un servicio técnico de asistencia al cliente**, o si por el contrario externaliza este servicio en empresas de servicio técnico externas. En ambos casos la empresa deberá contar con servicios de asistencia técnica competentes, que den soluciones rápidas y eficientes a cualquier tipo de incidencia que pueda surgir.



Trámites

UF 2

Los tramites del servicio postventa son el conjunto de actuaciones, que en cada caso concreto, dentro de las actuaciones establecidas para atender al cliente después de la venta, se establecen por parte de la empresa.

Conviene aclarar que puesto que son muy variadas las actuaciones de la empresa en el servicio postventa, los trámites que deben realizarse también pueden ser muy diversos.

Dependiendo del momento en el que nos encontremos dentro del proceso de atención postventa, los trámites que llevaríamos a cabo podrían ser:





REALIZA: PLAN DE APROVISIONAMIENTO

ACTIVIDAD

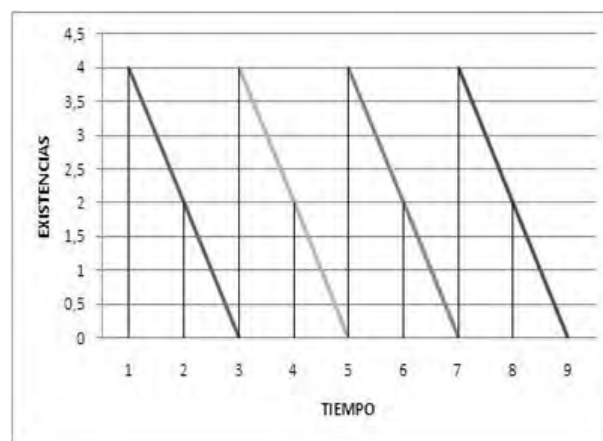
Elabora un plan de aprovisionamientos para una empresa, que acaba de adquirir dos productos (X1 y X2). El producto X1 tiene un programa de aprovisionamientos cada 2 semanas. Los proveedores homologados para este producto son José Gutiérrez y Manuel Martínez. Se ha considerado que debido a las características del producto, se reaprovisione al tener en el almacén 7.500 unidades. Su cantidad total anual es de 100.000 unidades. Los requisitos de compra del producto están fijados en el documento contrato de compraventa C-0020. El producto X2 es suministrado por los proveedores Juan Carlos y Ana Benítez. Los aprovisionamientos se realizarán los días 07 de enero (500 m), 14 de marzo (250 m), 5 de julio (125 m), 8 de agosto (95 m) y 23 de noviembre (310 m). No tiene modelo de reaprovisionamiento definido. La cantidad anual de producto es de 1.280 m. Los requisitos de compra están fijados en el documento contrato de compraventa C-0015.

REALIZA

Elabora el Plan de Aprovisionamientos (el modelo que escojas no puede ser igual que el realizado por el profesor).

Punto de Pedido

Como el proveedor va a tardar un tiempo en realizar el servicio, hay que tener en cuenta el periodo que va a transcurrir desde que se remite el pedido, hasta que las mercancías entren en el almacén. El punto de pedido es el nivel de existencias al que se hará el pedido.



El gráfico nos muestra la relación entre el nivel de existencias y el tiempo transcurrido. Presuponemos que el consumo de existencias es constante. El stock máximo es el nivel máximo de existencias y se da cuando el nuevo pedido entra en el almacén. En este caso se produciría en los periodos 1, 3, 5 y 7. El punto de pedido es nivel de existencias en el que se realizará el pedido. Imagina que el tiempo representa meses, y que desde que se realiza el pedido, se tarda 1 mes en recibir las existencias: el punto de pedido se situaría en el nivel de existencias 2.



Detección de la necesidad de compra en un momento determinado



Una vez identificada la necesidad de compra, y habiendo llevado a cabo el proceso de búsqueda, evaluación y selección de proveedores, el siguiente proceso de trabajo sería el siguiente:





ACTIVIDAD: EJEMPLO DE UN PRESUPUESTO

Veamos un ejemplo de un presupuesto de cubiertas de dispositivos móviles que Bersoma, proveedora de Silensa, le envía por email:

Datos del vendedor		Datos del comprador																																									
BERSOMA S.A. C/ Del Sur, 35 Polígono Industrial de Jaén 26010 Logroño CIF: A-22334455		SILENSA DEL ÁLAMO, S. A. C/ Rojo Sanz, s/n Parque Tecnológico Este 28880 Madrid CIF: A-28965733 A la atención de: D. Juan Gómez Cargo: Director Comercial																																									
PRESUPUESTO																																											
Identificación del documento Fecha: 01 de mayo de 2015 N.º de pedido: 15/2343 Contrato de referencia: CC21/687																																											
Cuerpo del pedido <table border="1"> <thead> <tr> <th>Referencia</th> <th>Concepto</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Precio total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0010315</td> <td>Cubierta color blanco</td> <td>1.300</td> <td>2,50€</td> <td>3.250 €</td> </tr> <tr> <td>0010376</td> <td>Cubierta color azul</td> <td>800</td> <td>2,60€</td> <td>2.080 €</td> </tr> <tr> <td>0010399</td> <td>Cubierta color gris</td> <td>2.000</td> <td>2,75€</td> <td>5.500 €</td> </tr> <tr> <td>0010332</td> <td>Cubierta color negro</td> <td>1.500</td> <td>3,10€</td> <td>4.650 €</td> </tr> <tr> <td>0010390</td> <td>Cubierta color gris</td> <td>1.000</td> <td>3,20€</td> <td>3.200 €</td> </tr> <tr> <td>0010312</td> <td>Cubierta color rojo</td> <td>800</td> <td>3,20€</td> <td>2.560 €</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Total</td> <td>21.240 €</td> </tr> </tbody> </table>				Referencia	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total	0010315	Cubierta color blanco	1.300	2,50€	3.250 €	0010376	Cubierta color azul	800	2,60€	2.080 €	0010399	Cubierta color gris	2.000	2,75€	5.500 €	0010332	Cubierta color negro	1.500	3,10€	4.650 €	0010390	Cubierta color gris	1.000	3,20€	3.200 €	0010312	Cubierta color rojo	800	3,20€	2.560 €	Total				21.240 €
Referencia	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total																																							
0010315	Cubierta color blanco	1.300	2,50€	3.250 €																																							
0010376	Cubierta color azul	800	2,60€	2.080 €																																							
0010399	Cubierta color gris	2.000	2,75€	5.500 €																																							
0010332	Cubierta color negro	1.500	3,10€	4.650 €																																							
0010390	Cubierta color gris	1.000	3,20€	3.200 €																																							
0010312	Cubierta color rojo	800	3,20€	2.560 €																																							
Total				21.240 €																																							
Fecha de validez Fecha máxima de validez del presupuesto: - Fecha: 07 de mayo de 2015		Condiciones de pago 30 días fecha factura por transferencia bancaria																																									
Condiciones de facturación y pago																																											

La empresa recibe el presupuesto y toma una decisión con respecto al mismo. Hay que recordar que las condiciones de los presupuestos, normalmente están supeditadas a un plazo de tiempo de validez de dichas condiciones. Si aceptamos las condiciones del presupuesto, el paso siguiente sería realizar el pedido.



Con respecto a los contenidos del pedido, no tiene regulación específica. Aun así para que el pedido sea eficaz, debe incluir toda la información necesaria, para que el proveedor pueda cumplir los requisitos que el comprador desea ver satisfechos. Los contenidos básicos del pedido serán:

- Identificación fiscal de la empresa que realiza el pedido.
- Identificación fiscal de la empresa que recibe el pedido.
- Fecha en la que se realiza el pedido.
- N.º. de identificación del pedido.
- Descripción total de los productos/servicios que se quieren abastecer.
- Condiciones comerciales y económicas de la compra/venta.
- Fecha y firma de aceptación.

Datos del comprador

↑

Datos del vendedor

↑

<p>SILENSA DEL ALAMO, S. A. C/ Rojo Sanz, s/n Parque Tecnológico Este 28880 Madrid CIF: A-28965733</p>	<p>BE RSOMIA S.A. C/ Del Sur, 35 Poligono Industrial de Jaén 26010 Logroño CIF: A-22334455</p> <p>Pedido a la atención de: D. Justo Fernández Director Comercial</p> <p>N.º de proveedor: 02989</p>
PEDIDO	

Identificación del documento ↔

Fecha:	03 de mayo de 2015
N.º de pedido:	15/124
Contrato de referencia:	0C14/579

Cuerpo del pedido ↙

Referencia	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total
0010315	Cubierta color blanco	1.300	2,50 €	3.250 €
0010376	Cubierta color azul	800	2,60 €	2.080 €
0010399	Cubierta color gris	2.000	2,75 €	5.500 €
0010332	Cubierta color negro	1.500	3,10 €	4.650 €
0010390	Cubierta color gris	1.000	3,20 €	3.200 €
0010312	Cubierta color rojo	800	3,20 €	2.560 €
Total				21.240 €

Condiciones de entrega ↙

<p>Condiciones de entrega:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fecha de entrega: 10 de mayo de 2015. - Lugar de entrega: nuestro almacén. - Horario de entrega: de 8 a 13 h y de 15 a 18 h. 	<p>Condiciones de pago:</p> <p>30 días fecha factura por transferencia bancaria</p>
--	--

Información y condiciones generales ↕

<p>Condiciones generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la factura se hará referencia al número de proveedor y número de pedido. - La factura se enviará con original y copia. - La factura debe enviarse al departamento de Administración.
--

Condiciones de facturación y pago ↕

Documento: Ejemplo para la elaboración de un Pedido



ACTIVIDAD: ELABORACIÓN DE UN PEDIDO

Ejemplo:

Veamos en el documento de la página anterior, un ejemplo de un pedido de cubiertas de dispositivos móviles que la empresa Silensa realiza a uno de sus proveedores, Bersoma:

EJERCICIO:

Los datos del comprador son:

- Litons S. L.
- C/ Las Marquesas s/n
- Polígono Industrial del Bajo Tajo
- 28880 Madrid
- CIF: B-28765234

Los datos del vendedor son:

- Bertran S.A.
- C/ La carrasca, nº4
- 26000 Logroño
- CIF: A-22334455
- N° Proveedor: 08987
- Fecha del pedido: 03/05/2015
- N° de pedido: 15/4332
- Contrato de referencia: PC15/5467

Artículos:

- Sistema de arranque M1G (RF 001123), 8 unidades, 43´25 €/un.
- Estabilizador de elevación G201 (RF 001157), 5 unidades, 59´13 €/un.
- Tensiómetro de carga F21 (RF 001169), 18 unidades, 18´12 €/un.
- Conexiones ramax R12 (RF 001114), 61 unidades, 23´65 €/un.
- Correas R321V (RF 001196), 9 unidades, 110´26 €/un.

La fecha de entrega es el 05 de mayo de 2015, en el almacén de la empresa y en el horario de 8 a 13 h y de 15 a 18 h. La mercancía se pagará a los 15 días de la fecha factura por transferencia bancaria. Conviene recordar que en la factura figurará además el número de proveedor y el de pedido. Se enviará el original con una copia y se enviará al departamento de Administración.

Elabora el pedido con la información mostrada. El formato del pedido es libre.



EJEMPLO DE UN ALBARÁN

Veamos un ejemplo de un albarán de cubiertas de dispositivos móviles, que la empresa Bersoma entrega a la empresa Silensa:

Datos del vendedor	Datos del comprador																																								
BERSOMA S.A. C/ Del Sur, 35 Polígono Industrial de Jaén 26010 Logroño CIF: A-22334455	SILENSA DEL ALAMO, S. A. C/ Rojo Sanz, s/n Parque Tecnológico Este 28880 Madrid CIF: A-28965733 Albarán a la atención de: Departamento comercial																																								
ALBARÁN																																									
Identificación del documento	Fecha: 10 de mayo de 2015 N.º de Albarán: 15/234 Su pedido: 15/124 Contrato de referencia: 0C14/579																																								
Cuerpo del pedido	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Referencia</th> <th>Concepto</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Precio total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0010315</td> <td>Cubierta color blanco</td> <td>1.300</td> <td>2,50 €</td> <td>3.250 €</td> </tr> <tr> <td>0010376</td> <td>Cubierta color azul</td> <td>800</td> <td>2,60 €</td> <td>2.080 €</td> </tr> <tr> <td>0010399</td> <td>Cubierta color gris</td> <td>2.000</td> <td>2,75 €</td> <td>5.500 €</td> </tr> <tr> <td>0010332</td> <td>Cubierta color negro</td> <td>1.500</td> <td>3,10 €</td> <td>4.650 €</td> </tr> <tr> <td>0010390</td> <td>Cubierta color gris</td> <td>1.000</td> <td>3,20 €</td> <td>3.200 €</td> </tr> <tr> <td>0010312</td> <td>Cubierta color rojo</td> <td>800</td> <td>3,20 €</td> <td>2.560 €</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Total</td> <td>21.240 €</td> </tr> </tbody> </table>	Referencia	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total	0010315	Cubierta color blanco	1.300	2,50 €	3.250 €	0010376	Cubierta color azul	800	2,60 €	2.080 €	0010399	Cubierta color gris	2.000	2,75 €	5.500 €	0010332	Cubierta color negro	1.500	3,10 €	4.650 €	0010390	Cubierta color gris	1.000	3,20 €	3.200 €	0010312	Cubierta color rojo	800	3,20 €	2.560 €	Total				21.240 €
Referencia	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total																																					
0010315	Cubierta color blanco	1.300	2,50 €	3.250 €																																					
0010376	Cubierta color azul	800	2,60 €	2.080 €																																					
0010399	Cubierta color gris	2.000	2,75 €	5.500 €																																					
0010332	Cubierta color negro	1.500	3,10 €	4.650 €																																					
0010390	Cubierta color gris	1.000	3,20 €	3.200 €																																					
0010312	Cubierta color rojo	800	3,20 €	2.560 €																																					
Total				21.240 €																																					
Condiciones de entrega	<table border="1"> <tr> <td> Condiciones de entrega: - Fecha de entrega: 10 de mayo de 2015. - Lugar de entrega: nuestro almacén. - Horario de entrega: de 8 a 13 h y de 15 a 18 h. </td> <td> Condiciones de pago: 30 días fecha factura por transferencia bancaria </td> </tr> </table>	Condiciones de entrega: - Fecha de entrega: 10 de mayo de 2015. - Lugar de entrega: nuestro almacén. - Horario de entrega: de 8 a 13 h y de 15 a 18 h.	Condiciones de pago: 30 días fecha factura por transferencia bancaria																																						
Condiciones de entrega: - Fecha de entrega: 10 de mayo de 2015. - Lugar de entrega: nuestro almacén. - Horario de entrega: de 8 a 13 h y de 15 a 18 h.	Condiciones de pago: 30 días fecha factura por transferencia bancaria																																								
Información y condiciones generales	Condiciones de facturación y pago																																								
Condiciones generales: - En la factura se hará referencia al número de proveedor y número de pedido. - La factura se emitirá con original y copia. - La factura debe enviarse al departamento de Administración.																																									

Existe una tipología de albaranes con los que podemos encontrarnos en las entregas de mercancía.





- Cuando la cuota del Impuesto sobre el Valor Añadido se repercute dentro del precio: se indicará únicamente el tipo tributario aplicado, o bien la expresión «IVA incluido».
- Contraprestación total.

EJERCICIO:

Elabora la factura con los siguientes datos:

Vendedor:
Bermosa S.A.

- C/ Del Sur, 35.
- Polígono Industrial de Jaén.
- 26010 Logroño.
- CIF: A22334455.

Comprador:

- Silensa del Álamo, S.A.
- C/ Rojo Sanz, s/n.
- Parque Tecnológico Este.
- 28880 Madrid.
- CIF: A28965733.
- Fecha de factura: 12 de mayo de 2015
- Nº de Albarán: 15/234.
- Nº de Factura: A-4532.

Artículos: (los referenciados en la tabla)

Lugar de entrega: almacén situado en la calle Rojo Sanz, s/n, Parque Tecnológico Este (28880) Madrid. Horario de entrega de 8 a 13 y de 15 a 18 h. El pago se efectuará como fecha tope hasta día 10 de junio del 2015. La forma de realizar el pago es a través de transferencia bancaria. En la factura se indicará el Nº de proveedor y el Nº de Albarán de entrega. La factura se enviará con original y una copia. Se remitirá al departamento de administración, a la atención de José Luis Álvarez, jefe de administración.

Aplicar un descuento comercial del 3 % a todos los artículos (*no aplicarlo individualmente sino a todos a la vez, puesto que es el mismo*).

El IVA de todos los productos es el 21 %.

REALIZA:

Elabora la factura con los datos suministrados.

FACTURA

Factura Nº 23-2341
Nº Albarán: 8763

Vendedor: PREDIX S.A., Calle La Galera, 23, 28021 Madrid. Tlfno: 91 2562717, Fax: 91 2562723, CIF: A-28/439875, www.predix.com

Comprador: TOSDERA S.L., Calle La isla, 25, 28012 Madrid. Tlfno: 91 5243451, CIF: B-28/138543

Lugar y fecha de emisión: Madrid, 23 de junio de 2015

Ref.	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Importe	Dto. %	Importe dto.	Importe total
L-40	Pañuelo seda sra.	15,00	15,00	225	5	11,25	213,75
P-33	Corbata caballero	18,00	18,00	324	0,00	0,00	324
C-12	Cinturón piel sra.	14,00	14,40	201,6	0,00	0,00	201,6
Suma total				739,35	3	22,18	717,17
% IVA				21	5,2		
% RE							
Base imponible				747,17			
Cuota IVA				156,91			
Cuota RE				38,85			
Total factura							942,93

Forma de pago: Cheque nominativo, Importe: 942,93

Registro Mercantil de Madrid. Tomo 9.782. General 6.792. Sección 3.ª Folio 42. Heja 7.3291. Inscripción 1.ª

Referencia	Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total
0010315	Cubierta color blanco	1.300	2,50 €	
0010376	Cubierta color azul	800	2,60 €	
0010399	Cubierta color gris	2.000	2,75 €	
0010332	Cubierta color negro	1.500	3,10 €	
0010390	Cubierta color gris	1.000	3,20 €	
0010312	Cubierta color rojo	800	3,20 €	



Agencia Tributaria
Teléfono: 901 33 55 33
www.agenciatributaria.es

Impuesto sobre el Valor Añadido. Autoliquidación

Página 2
Modelo
303

NIF: 09803783X Apellidos y Nombre o Razón social: GONZALEZ RUIZ FEDERICO

Régimen simplificado

A Actividades agrícolas, ganaderas y forestales

Actividad A₁

Código	Volumen ingresos	Índice cuota	Cuota devengada

Porcentaje ingreso a cuenta: %
Ingreso a cuenta: A

Cuota soportada operaciones corrientes: B
Cuota anual derivada del Régimen simplificado: B

Actividad A₂

Código	Volumen ingresos	Índice cuota	Cuota devengada

Porcentaje ingreso a cuenta: %
Ingreso a cuenta: A

Cuota soportada operaciones corrientes: B
Cuota anual derivada del Régimen simplificado: B

B Actividades en régimen simplificado (excepto agrícolas, ganaderas y forestales)

Actividad B₁ Epígrafe IAE: 5013

Nº unidades de módulo	Importe
Módulo 1: 4,00	13.605,00
Módulo 2: 80,00	1.842,40
Módulo 3: 11,24	856,26
Módulo 4:	
Módulo 5:	
Módulo 6:	
Módulo 7:	

Cuota devengada operaciones corrientes: C 16.303,66
Reducciones: D

Actividad B₂ Epígrafe IAE:

Nº unidades de módulo	Importe
Módulo 1:	
Módulo 2:	
Módulo 3:	
Módulo 4:	
Módulo 5:	
Módulo 6:	
Módulo 7:	

Cuota devengada operaciones corrientes: C
Reducciones: D

Índice corrector de actividades de temporada: Z
Porcentaje ingreso a cuenta: E 2,00 %
Ingreso a cuenta* ((C) - (D)) x (E): F 326,07

Índice corrector de actividades de temporada: Z
Porcentaje ingreso a cuenta: E %
Ingreso a cuenta* ((C) - (D)) x (E): F

Suma de ingresos a cuenta del conjunto de actividades (A₁ + A₂ + A₃ + ... + F₁ + F₂ + F₃ + ...) 47 326,07

Cuotas soportadas operaciones corrientes: G
Índice corrector de actividades de temporada: H
RESULTADO ((C) - (D) - (G)) x (H): I
Porcentaje cuota mínima: J %
Devolución cuotas soportadas otros países: K
Cuota mínima: L
Cuota anual derivada régimen simplificado: M

Cuotas soportadas operaciones corrientes: G
Índice corrector de actividades de temporada: H
RESULTADO ((C) - (D) - (G)) x (H): I
Porcentaje cuota mínima: J %
Devolución cuotas soportadas otros países: K
Cuota mínima: L
Cuota anual derivada régimen simplificado: M

Suma de cuotas derivadas régimen simplificado del conjunto de actividades (B₁ + B₂ + ... + M₁ + M₂ + ...) 48
Suma de ingresos a cuenta realizados en el ejercicio 49
Resultado ([48] - [49]) 50

Cuotas devengadas

Adquisiciones intracomunitarias de bienes: 51
Entregas de activos fijos: 52
IVA devengado por inversión del sujeto pasivo: 53
Total cuota resultante: Si 1T, 2T, 3T: ([47] + [51] + [52] + [53])
Si 4T: ([50] + [51] + [52] + [53]) 54 326,07

IVA deducible

Adquisición o importación de activos fijos: 55
Regularización bienes de inversión: 56
Total IVA deducible ([55] + [56]): 57

Resultado régimen simplificado ([54] - [57]) 58 326,07

Para confirmar este borrador generado en fecha: 14-05-2015 hora: 19:33:11 lo debe firmar y entregar en la entidad financiera colaboradora si es a ingresar, si es a compensar se presentará en las dependencias de la AEAT. En el 4T, si el resultado es a devolver, podrá presentarse tanto en la entidad financiera como en las dependencias de la AEAT.

Ejemplar para el sujeto pasivo



≡ CUESTIONARIO 2

1. Las técnicas de comunicación comercial pueden ser:

- a) Venta directa.
- b) Marketing directo.
- c) Venta aleatoria.
- d) Todas las anteriores.

2. Las palabras y actuaciones que busquen incentivar o motivar al cliente a que consuma se denominan:

- a) Objeciones.
- b) Argumentos.
- c) Críticas.
- d) Ninguna de las anteriores.

3. El análisis DAFO identifica:

- a) Debilidades, amenazas, financiación y orden.
- b) Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- c) Debate, alcance, fortalezas y oportunidades.
- d) Ninguna de las anteriores.

4. En la argumentación la detección de necesidades y la incorporación a las mismas de razonamientos de satisfacción se produce:

- a) En diferentes momentos.
- b) Simultáneamente.
- c) De forma aleatoria.
- d) Ninguna de las anteriores.

5. En el proceso de negociación comercial, los argumentos serán distintos en función a:

- a) Identificación del producto/servicio.
- b) Aspectos económicos.
- c) Calidad del servicio prestado.
- d) Todas las anteriores.

6. Los aspectos clave que deben observarse en el proceso argumentativo son:

- a) Claridad.
- b) Positivizar.
- c) Diferenciar.
- d) Todas las anteriores.