

Capítulo 3

Documentación propia de la venta de productos y servicios

Contenido

1. Introducción
2. Documentos comerciales
3. Documentos propios de la compraventa
4. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
5. Elaboración de la documentación
6. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial
7. Resumen

1. Introducción

Las relaciones comerciales normalmente entrañan cierta inseguridad para ambas partes, tanto para el que compra como para el que vende. Así, con la intención de paliar esta inseguridad, se emplean algunos documentos en las operaciones de compraventa.

Estos documentos vienen a articular la operación y a dar a ambas partes, comprador y vendedor, cierto grado de seguridad.

2. Documentos comerciales

Los documentos comerciales son todos los comprobantes extendidos por escrito en los que se deja constancia de las operaciones que se realizan en la actividad mercantil, de acuerdo con los usos y costumbres generalizados y las disposiciones de la ley. Estos son de vital importancia para mantener un apropiado **control** de todas las acciones que se realizan en una compañía o empresa.

Su misión es importante, ya que en ellos queda precisada la relación jurídica entre las partes que intervienen en una determinada operación. También ayudan a demostrar la realización de alguna acción comercial y, por ende, son el elemento fundamental para la contabilización de tales acciones.

Finalmente, estos documentos permiten controlar las operaciones practicadas por la empresa o el comerciante y la comprobación de los asientos de contabilidad.

La misión que cumplen los documentos comerciales es de suma importancia ya que en ellos queda precisada la relación jurídica entre las partes que intervienen en una determinada operación, o sea, sus derechos y obligaciones.

Por lo tanto:

- Constituyen un medio de prueba para demostrar la realización de los actos de comercio.

- Constituyen también el elemento fundamental para la contabilización de dichas operaciones.
- Permiten el control de las operaciones practicadas por la empresa o el comerciante y la comprobación de los asientos de contabilidad.



Recuerde

Los documentos comerciales son de vital importancia para mantener un apropiado control de todas las acciones que se realizan en una compañía.

2.1. Documentación de los clientes: fichas y documentos en información del cliente en general

El vendedor necesita trabajar con un tipo de documentos que son los que le permiten realizar su trabajo ante el cliente.

Ficha de cliente

Se trata de una ficha en la que el vendedor recoge los datos más importantes de sus clientes.

Un modelo de ficha de cliente puede ser el siguiente:

FICHA CLIENTE			
Código cliente:			
Fecha alta:			
DATOS GENERALES			
Cliente:	Teléfono:		
Dirección:	Correo:		
Localidad:	Fax:		
C.P.:	Forma de pago:		
CIF:	Nº C. Cte. Banco:		
Persona de contacto:	Cargo:		
Actividad:			
DATOS COMERCIALES			
Tipos de productos o servicios que nos compran:			
Año 2010	Previsto / Realizado		Diferencia
Enero	0,00 €		0,00 €
Febrero	0,00 €		0,00 €
Marzo	0,00 €		0,00 €
	Compras 2008	Compras 2009	Compras 2010
Previsto	-----	-----	-----
Realizado	-----	-----	-----
Diferencias	-----	-----	-----

Algunos de los campos a considerar en esta ficha son:

- **Nombre del cliente.**
- **Dirección del cliente.**
- **Persona de contacto.**

- **Análisis del cliente:** si se trata de un cliente habitual, es interesante recordar en su ficha los datos procedentes del análisis que se le ha hecho (ventas, importancia del cliente, etc.).
- **Ratios oportunos:** se pueden indicar valores correspondientes a ratios de aplicación al cliente, como pueden ser: valor medio de cada pedido, número de pedidos, número de pedidos por día y número de devoluciones.
- **Forma de pago del cliente:** es importante indicar si el cliente paga al contado, o a plazos, etcétera.

Por supuesto, esta información se puede ampliar todo lo que se quiera. Cada empresa y cada vendedor, en base a su conocimiento del mercado y del cliente, sabrán qué datos contemplar en la ficha de clientes.



Aplicación práctica

A partir de los datos de los principales clientes de su empresa, realice las correspondientes fichas de clientes aplicando el modelo que considere oportuno añadiendo los campos que mejor se adapten a las necesidades de su empresa.

SOLUCIÓN

FICHA CLIENTE	
Nombre del cliente:	Suministros Ingo S.L.
Dirección del cliente:	C/ Larios 2
Persona de contacto:	Julio Martín (Delegado de zona)
Análisis del cliente:	Cliente Top, nivel de facturación alto, Líder en Sector
Observaciones	Realizar seguimiento exhaustivo

2.2. Documentación de los productos y servicios: catálogos, folletos, publipromociones y otros

Este tipo de documentación facilitará la venta y hará que aumenten nuestras transacciones comerciales.

Algunos de los documentos de este tipo son:

Documentación técnica

Son fundamentalmente para productos industriales o de consumo, pero que incorporan tecnología. La documentación técnica es la que especifica las características técnicas del producto, funcionamiento, método de fabricación, etc.

Documentación publicitaria

Folletos, catálogos de información sobre el producto, y cualquier tipo de documentación publicitaria ayudará al vendedor en el proceso de venta y reforzará el convencimiento del cliente.

En la actualidad, la publicidad tiene una importancia cada vez mayor, es imprescindible disponer de material publicitario para dejarlo al cliente. Si el vendedor se va, el material se queda, con lo que “la venta continua”.

Nota



En la medida en que el producto sea más novedoso tecnológicamente hablando, más importante será la documentación técnica.



La documentación publicitaria refuerza el convencimiento del cliente

Folleto

Un folleto es un impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. En marketing, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación.

Las cadenas de distribución se sirven regularmente de folletos para dar a conocer a los clientes de la zona las ofertas de la semana, del mes o del año.

Para la confección efectiva de un folleto publicitario, se recomienda:

- Imprimir títulos y subtítulos claros y atractivos.
- Realizar argumentaciones completas. Explicar densamente los beneficios del producto o servicio y hacer un resumen de los mismos.
- Incluir un buen número de fotografías en las que aparezcan los productos, así como demostraciones de su funcionamiento. Adjuntar pies de foto explicativos.
- Acompañar el texto y las fotografías con diagramas o dibujos.
- Realizar un recorrido lógico por los diferentes productos y argumentaciones.

Díptico

Un díptico comercial es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes. Constituye un elemento publicitario para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc.

La forma de distribución de los dípticos es variada, siendo muy habitual el mailing al domicilio de los clientes. También se distribuye por medio de buzoneo o se coloca sobre los mostradores de venta o en muebles expositores.



Constituye un elemento publicitario para comunicar ideas sencillas

La disposición de la información suele ser la siguiente:

En la portada se imprime el eslogan o frase de la campaña, así como el logotipo identificativo de la empresa.

En el interior se despliega el argumentario de ventas exponiendo las ventajas competitivas del producto o servicio, generalmente, apoyadas por fotografías o gráficos.

Por último, la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la empresa y datos de utilidad como localización, teléfono de contacto, etc.

Tríptico

Un tríptico es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en tres partes. Constituye un elemento publicitario ideal para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc. La forma de distribución de los trípticos es variada, siendo muy habitual el mailing al domicilio de los clientes. También se distribuye por medio de buzoneo o se coloca sobre los mostradores de venta o en muebles expositores.



Sabía que...

La palabra “tríptico” viene del griego τριπτυχο, tri- “tres” + ptyche “doblar”, y que hace referencia a una obra de arte (por lo general un panel pintado) que se divide en tres secciones, o tres paneles tallados que están unidos por bisagras.



Tríptico

La disposición de la información suele ser la siguiente: en la portada se imprime el eslogan o frase de la campaña, así como el logotipo identificativo de la empresa. En el interior se despliega el argumentario de ventas exponiendo las ventajas competitivas del producto o servicio, generalmente, apoyadas por fotografías o gráficos. El juego de tres láminas que se van desplegando permite ir exponiendo los argumentos en un orden determinado de modo que vaya creciendo el interés del cliente. Por último, la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la empresa y datos de utilidad como localización, teléfono de contacto, etc.

Como se puede comprobar, guarda equivalencia con el díptico, a diferencia de que el tríptico está formado por tres partes diferenciadas.

Catálogo

El catálogo es una publicación empresarial cuyo fin es la promoción de los productos o servicios que una compañía ofrece. En el catálogo, una compañía encuentra la manera más ordenada de exponer sus productos o servicios al público consumidor y generalmente está compuesto por varias imágenes que presentan visualmente los productos o los servicios que en él se ofrecen. El catálogo es principalmente visual.



Catálogo

Lo más usual es que los catálogos presenten una serie de productos o servicios ofrecidos por determinada compañía, pero también se los utiliza para hacer presentaciones individuales y muy detalladas de un producto en particular, especificando, en el caso de un producto, sus características materiales, sus funciones principales, su apariencia física, las

especificaciones técnicas pertinentes y todas aquellas aclaraciones que deban hacerse acerca de él; y en el caso de un servicio, se presentan sus características básicas, los distintos usos o funciones que éste posee, la conveniencia de su utilización aplicada a cierta área o disciplina, las comodidades que ofrece, las especificaciones técnicas y las condiciones de contratación.

Un catálogo es un momento de encuentro entre la compañía y sus potenciales clientes, y es por eso que en ellos no sólo puede aparecer información sobre los productos o servicios que ofrece la compañía sino también sobre la compañía misma.

Los catálogos son la oportunidad para que se presente la empresa ante el público con fotos de sus edificios, direcciones, teléfonos, correo electrónico, sitio web, breve reseña de los objetivos y características de la compañía y de sus dueños, presentación del personal, etc.

Aunque todo esto depende de qué tipo de catálogo se desee. Un catálogo completo con información de productos o servicios junto con toda la información referida a la presentación de la compañía será un catálogo extenso y con condiciones de distribución particulares, con un papel de calidad acorde a lo que el catálogo intenta lograr, un cuidado especial en el texto que éste contenga, etc. Mientras que un catálogo que presente las ofertas del mes será un catálogo muchísimo más sencillo, que no presente a la compañía, en un papel austero, con poco o nada de texto, etc. Según el tipo de presentación que se desee hacer, el diseño del catálogo variará drásticamente, y eso es lo correcto.

No está bien presentar las ofertas del mes en un catálogo complejo, costoso, que requiera mucho tiempo en el trabajo de diseño, como tampoco está bien hacer una presentación completa de su compañía y sus productos o servicios a través de un catálogo muy simple y poco trabajado. Lo correcto es saber discriminar entre un tipo de presentación y otra y dedicar acertadamente un tipo de catálogo a una y otro tipo de catálogo a la otra.

Hoy en día, toda esta documentación usualmente está colgada en Internet en la propia página a la que representa nuestro vendedor, por lo que resulta muchísimo más fácil la gestión de estos documentos.

Las PDA's, los ordenadores portátiles, las conexiones 3G para poder conectarse a Internet desde cualquier lugar, hacen que el comercial disponga de esa información en cualquier momento, por lo que le resultará más sencillo y vistoso el acto de la venta.



Recuerde

Un catálogo es un momento de encuentro entre la compañía y sus potenciales clientes, y es por eso que en ellos no sólo puede aparecer información sobre los productos o servicios que ofrece la compañía sino también sobre la compañía misma.



Sabía que...

En abril de 1982 se puso a la venta el que es considerado comúnmente como el primer ordenador portátil de la historia, el GRiD Compass 1101. Creado 3 años atrás por el diseñador industrial británico Bill Moggridge. Su precio era de 8.150 dólares. Aunque fue concebido y fabricado para atraer la atención de los altos ejecutivos, fueron finalmente el ejército estadounidense y la NASA quienes mayor partido le sacaron.

Documentación mercantil

La finalidad que persigue el vendedor es la venta del producto, y para formalizar ésta es necesario disponer de la documentación que permita cerrar la venta en el momento adecuado.

De lo contrario, el vendedor tendría que posponer el cierre de la venta por el hecho de no “llevar los papeles encima”.

Así pues, la documentación mercantil que va a permitir al vendedor completar la venta es:

Contratos de compraventa

Si hablamos de venta de productos de alto precio, o susceptibles de adquirirse por medio de un contrato (una enciclopedia, una batería de cocina, etc.), es necesario que el vendedor disponga de la cantidad suficiente de modelos e impresos, de forma que no se quede “colgado” como consecuencia de agotar las existencias.

Obviamente, en función del tipo de producto y del sector de que se trate, los modelos de contratos serán de una forma o de otra.

Hojas de pedido

Harán falta cuando el cliente vaya a realizar el pedido del producto, si se trata de la venta de un producto que deba pedirse porque tarde un tiempo en llegar al cliente.

2.3. Documentos de pago: cheques, pagarés, transferencias y letras

La empresa para desarrollar su actividad empresarial necesita productos o servicios que debe adquirir y posteriormente pagar.

Además del **pago en metálico**, la empresa cuenta con otras muchas posibilidades:

Cheque

Es un documento mercantil por el que un banco o entidad de crédito se obliga al pago de una determinada cantidad por orden de uno de sus clientes y con cargo a su cuenta bancaria.



Cheque

¿Cuáles son sus requisitos formales?

El cheque deberá contener

- La **denominación** de cheque inserta en el propio título.
- El nombre del que ha de pagar o **librado** que necesariamente habrá de ser un banco o entidad financiera.
- **Cantidad** a pagar, que puede aparecer expresada en euros o en moneda extranjera convertible admitida a cotización oficial. Si la cantidad aparece en letras y números y ambas expresiones no coinciden, predominará la cantidad en letra. Si, por el contrario, existen varias cantidades en números y no coinciden, será exigible la menor.
- **Lugar de pago**, debe estar consignado en el cheque. En su defecto, será el lugar designado junto al nombre del librador. Si se designan varios lugares, será válido el primer lugar mencionado.
- **Fecha y lugar de emisión** del cheque.
- **Firma del librador** o del que emite el cheque.

El cheque es **pagadero a la vista**, esto es, se puede cobrar en cualquier fecha, con independencia de la que figure en el cheque.

El cheque se emite sobre un documento impreso por la entidad financiera correspondiente y con cargo a una determinada cuenta bancaria.

El banco o caja debe atender el mandato de pago siempre y cuando haya **fondos** en la cuenta del deudor o de aquel que emitió el cheque y con el **límite del saldo** de dicha cuenta bancaria. Así, es posible que la entidad financiera abone parcialmente la cantidad que figura en el cheque porque no existan fondos suficientes en la cuenta bancaria para abonar el importe total.

Para poder emitir un cheque es necesario que entre el librador y el banco, se haya celebrado un **contrato bancario** por el que se le permita disponer de fondos de esta manera y que **existan fondos** depositados en la cuenta corriente.



Sabía que...

Otra característica del cheque es que tienen valor per se, es decir que tiene valor por sí mismo en el documento como el título valor que es. Esto significa, por ejemplo, que al cobrarse en un banco, el poseedor, siempre y cuando el cheque cuente con endoso, no tiene que dar explicación al banco de por qué lo está cobrando.

El librador responderá del pago del cheque.

¿Qué tipos de cheques hay?

Los más destacados son los siguientes:

- **Cheque conformado:** el banco garantiza la autenticidad de la firma del librador y la existencia de fondos en la cuantía indicada en el cheque.
- **Cheque cruzado:** con este sistema, el cheque sólo puede ser abonado mediante ingreso en la cuenta del beneficiario. Se formaliza de la siguiente manera: cruzando dos barras paralelas en el anverso. La finalidad del cheque cruzado o para abonar en cuenta es evitar que, en caso de pérdida, un tercero pueda cobrar el cheque.
- **Nominativos** o emitidos a favor de una persona determinada, donde se identifica a la misma con su nombre y apellidos.
- Emitidos **al portador**, en el que no se designa persona alguna, por lo que cualquiera podrá proceder a su cobro.
- Los **cheques de viaje:** se emiten por un banco o entidad de crédito figurando en el mismo como librado, cualquier oficina de la misma entidad bancaria o de cualquier corresponsal suya. Suelen llevar estampadas cantidades fijas e invariables. Para que tenga validez.

El comprador de los cheques ha de firmarlos dos veces: cuando los recibe y cuando los pretende hacer efectivos.

¿Qué tiempo tenemos para cobrar un cheque?

Los tiempos de presentación del cheque al pago son:

- **15 días** para los cheques emitidos y pagaderos en España.
- **20 días** para los cheques emitidos en Europa y pagaderos en España.
- **60 días** para los cheques emitidos en el extranjero y pagaderos en España.

Estos plazos se computan en **días hábiles** (sin contar domingos ni festivos) a partir del día que consta en el cheque como fecha de emisión.

Si el día del vencimiento del cobro fuese festivo o inhábil, se entenderá que el cheque vence el primer día hábil siguiente.



Aplicación práctica

Indique los tiempos de presentación al pago de los cheques siguientes.

- a. Cheques emitidos y pagaderos en España.**
- b. Cheques emitidos en el Extranjero y pagaderos en España.**
- c. Cheques emitidos en Europa y pagaderos en España. .**

SOLUCIÓN

- a. Cheques emitidos y pagaderos en España: 15 días hábiles.
 - b. Cheques emitidos en el extranjero y pagaderos en España: 60 días hábiles.
 - c. Cheques emitidos en Europa y pagaderos en España: 20 días hábiles.
-

El pagaré

Es un documento escrito mediante el cual una persona se compromete a pagar a otra una determinada cantidad de dinero en una fecha acordada previamente.

Es un título valor muy similar a la letra de cambio y se usa, principalmente para obtener recursos financieros.

La diferencia con la letra de cambio radica en que quien emite el pagaré es el propio deudor (y no el acreedor).

Los pagarés pueden ser al portador o endosables, es decir, que se pueden transmitir a un tercero y ser emitidos por individuos particulares, empresas o el Estado.



Nota

El pagaré es uno de los documentos de pago más comunes.



Pagaré

¿Quiénes intervienen en él?

En el pagaré intervienen:

- **El librado:** es quien se compromete a pagar la suma de dinero, a la vista o en una fecha futura fija o determinable. La persona del librado coincide con la del librador, que es aquel que emite el pagaré.
- **El beneficiario o tenedor:** es aquel a cuya orden debe hacerse el pago de la suma de dinero estipulada en el pagaré, si este ha sido transmitido o endosado por el librador.
- **El avalista:** es la persona que garantiza el pago del pagaré.

¿Qué datos deben figurar en el pagaré?

En el pagaré se debe hacer constar:

- La denominación de pagaré.
- El vencimiento o la fecha en la que deberá abonarse.
- El importe de la cantidad a abonar.
- El lugar en el que debe efectuarse el pago.
- El nombre de la persona a la que debe efectuarse el pago o a cuya orden se deba efectuar o tenedor.
- El lugar y la fecha de libramiento.
- La firma del deudor.

En el caso de que no se indique la fecha de vencimiento, se entenderá **pagadero a la vista**.

Letra de cambio

La letra de cambio es un documento mercantil por el que una persona, librador, ordena a otra, librado, el pago de una determinada cantidad de dinero, en una fecha determinada o de vencimiento.

El pago de la letra de cambio se puede realizar al librador o a un tercero llamado beneficiario, tomador o tenedor, a quien el librador ha transmitido o endosado la letra de cambio.

¿Quiénes intervienen en una letra de cambio?

En la emisión y circulación de una letra de cambio intervienen las siguientes personas:

- **El librador:** es la persona acreedora de la deuda y quien emite la letra de cambio para que el deudor o librado la acepte y se haga cargo del pago del importe de la misma.
- **El librado:** es el deudor, quien debe pagar la letra de cambio cuando llegue la fecha indicada o de vencimiento.
- **El tomador, portador, tenedor o beneficiario:** es la persona que tiene en su poder la letra de cambio y a quien se le debe abonar.

También pueden intervenir en la circulación de la letra las siguientes personas:

- **El endosante:** es el que endosa una letra o la transmite a un tercero.
- **El endosatario:** es aquel en cuyo favor se endosa la letra (el que recibe la letra).
- **El avalista:** es la persona que garantiza el pago de la letra.

La forma de la letra de cambio

La letra se debe expedir en impreso oficial o timbre emitido por el Estado, y su importe estará en proporción a la cuantía que se refleja en la misma.



Nota

La insuficiencia del timbre de la letra puede conllevar dificultades para emprender acciones contra el deudor en el caso de que ésta sea impagada.

Con la compra del impreso estamos abonando el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

Requisitos que debe contener la letra de cambio

Son los siguientes:

- La denominación de “Letra de Cambio” inserta en el mismo texto del título y expresado en el mismo idioma empleado en la redacción del documento.
- La orden de pagar una suma determinada. Si la cantidad a abonar reflejada en letra no coincide con la expresada en números, la cantidad indicada en letras prevalecerá sobre la indicada en cifras.
- Nombre, apellido y dirección del que debe pagar o librado.
- La fecha de vencimiento. Si el vencimiento no está indicado, se entenderá que la letra de cambio es “pagadera a la vista”, esto es, a su presentación. Dependiendo de su vencimiento, la letra puede emitirse:
 - A fecha fija: el día del vencimiento será el que conste en la letra de cambio.
 - A un plazo desde la fecha: el vencimiento tendrá lugar transcurrido un determinado plazo contado desde la fecha que se indica en la letra, y en su cómputo no se tendrán en cuenta los días inhábiles (domingos y festivos). Si el plazo se establece por meses, éstos se computarán de fecha a fecha.
 - A la vista: la letra será pagadera en el momento de su presentación al cobro.
 - A un plazo desde la vista: la letra será pagadera cuando transcurra el plazo establecido desde el momento que se acepta o del levantamiento del protesto.
- Lugar donde el pago debe efectuarse. Si no se indica, deberá realizarse en el domicilio del librado.
- Nombre y apellidos de la persona a quien debe hacerse el pago o a cuya orden debe realizarse, beneficiario o tomador.
- Lugar y fecha en la que se emitió la letra.
- La firma del que gira o emite la letra.

Forma de rellenar una letra

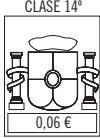

Por último, puede resultar útil analizar el contenido de la letra señalando cómo han de integrarse sus diferentes elementos sobre la reproducción del anverso y del reverso del modelo oficial de la misma. La Ley Cambiaria no exige que la letra de cambio sea emitida en un determinado impreso oficial. Sin embargo, las vigentes disposiciones fiscales condicionan el carácter de título ejecutivo de la letra de cambio al hecho de que esté emitida en papel timbrado de cuantía no inferior a la que le corresponda.



Sabía que...

La letra de cambio parece tener su origen en el antiguo contrato de cambio que realizaban los banqueros. Se conservan documentos italianos de los siglos XII al XIII que revisten ya algunos de los caracteres de la letra, pero hasta el siglo XVI la letra no se convierte en un verdadero instrumento de pago.

Dentro de la letra de cambio, se distinguen las siguientes partes:

	Lugar de libramiento 1	MONEDA	IMPORTE 2	
16	Por esta LETRA DE CAMBIO pagará usted al vencimiento expresado a 5 la cantidad de (importe en letra) 6	Fecha de libramiento 3 Día Mes Año	VENCIMIENTO 4	
Acceptor	7 Persona o entidad: Dirección u oficina: 8 Población:		en el domicilio de pago siguiente: 9 CÓDIGO CUENTA CLIENTE (CCC) 0 A 0390287	
15	ACEPTO Fecha (Firma)	Cláusulas: 11 LIBRADO Nombre: 13 Domicilio: Población: C.P.:	10 Entidad Oficina DC N° cuenta 12 LIBRADOR: (Firma, nombre y domicilio) 14	

- 1. Lugar de libramiento:** se indicará la plaza en que la letra se emite por el librador. No tiene que coincidir necesariamente con el domicilio del librador.

2. **Importe:** se expresará, en cifra, la cantidad cuyo pago ordena el librador y la clase de moneda de que se trate. El importe debe coincidir con la cantidad y signo monetario que figure en el espacio número 6. En caso de discrepancia, prevalecerá lo contenido en dicho espacio.
3. **Fecha de libramiento:** se especificará, en número o en letra, el día, mes y año en que se gira la letra por el librador.
4. **Vencimiento:** cuando la letra se emita a fecha fija, se especificará, en número o en letra, el día, mes y año, en que el tenedor de la letra podrá exigir su pago al librado. En otros supuestos, menos habituales, se expresará “a la vista”, “a tantos días de la vista”, o “a tantos días desde la fecha”.
5. **Designación del tomador:** se indicará el nombre y apellido o razón social de la persona a la que el librador gira la letra. No es necesario que figure la expresión “a la orden de”, pues la transmisibilidad por endoso es consustancial a la letra. Cabe excluir la posibilidad del endoso, escribiendo “no a la orden” a continuación del nombre o razón social del tomador.
6. **Importe:** se expresará, en letra, la cantidad cuyo pago ordena el librador y la clase de moneda de que se trate.
7. **Persona o entidad:** cuando exista domiciliatario, en la línea 7 se le identificará por su nombre y apellido o por su razón social. Habitualmente el domiciliatario es una entidad bancaria, por lo que, en el número 7 se suele indicar la razón social del Banco en que la letra queda domiciliada.



Nota

Son requisitos esenciales de la letra: la denominación de “letra de cambio”, el mandato de pago, la designación del librado y del tomador, la fecha de emisión y la firma del librador.

La letra que carezca de alguna de estas menciones es una letra incompleta, no apta para producir efectos cambiarios.

8. **Dirección:** se expresará por población, calle o plaza y número. De ordinario, será la dirección de la sucursal u oficina bancaria de domiciliación de la letra.
9. **C.C.C.:** este espacio está destinado a anotaciones contables.
10. **Nº de la cuenta:** se expresará el número de la cuenta bancaria con cargo a la cual el banco deberá abonar el importe de la letra. Normalmente se tratará de una cuenta abierta a nombre del librado.
11. y 12. **Cláusulas:** se consignarán en este espacio las declaraciones cambiarias que carecen de lugar específico. Por ejemplo, la expresión de devengar intereses, y su porcentaje, en las letras giradas a la vista, la cláusula de “devolución sin gastos” o “sin protesto”, cuando lo establezca el librador, etc. Las últimas declaraciones citadas, “sin gastos” o “sin protesto”, que necesariamente deben estar firmadas por quien las disponga, cuando sea el librador, es conveniente que se formulen en el espacio número 12, es decir, en la parte inmediatamente superior a la destinada a la firma de dicho librador.
13. **Nombre y domicilio del librado:** se identificará por su nombre o razón social a la persona a quien se dirige el mandato de pago, así como la población, calle o plaza y número del domicilio del librado. El pago se hará normalmente en el domicilio que figure junto al nombre del librado, excepto cuando se haya domiciliado su pago, en cuyo caso el domiciliatario aparecerá en el espacio número 8.
14. **Firma, nombre y domicilio del librador:** se consignará el nombre y apellidos, tratándose de personas físicas o la razón social, tratándose de personas jurídicas. El lugar del libramiento del espacio número 1 no tiene por qué coincidir con el domicilio del librador, que se indica en este espacio 14. La firma del librador es requisito inexcusable para la existencia misma de la letra de cambio.
15. **Acepto:** este espacio podrá emplearse para limitar la aceptación a parte de la cantidad o importe de la letra. En caso de pluralidad de aceptantes, es indiferente completar la expresión “acepto” con el plural “aceptamos”.
16. **Fecha de la aceptación:** se expresará día, mes y año.
17. **Firma del aceptante:** la identidad del aceptante tiene que coincidir con la del librado, consignada en el espacio número 13.

Reverso de la letra

NO UTILICE EL ESPACIO SUPERIOR, POR ESTAR RESERVADO PARA INSCRIPCIÓN MAGNÉTICA		
Por aval de: 18	Páguese a: 23	
19	con domicilio en: 24	
A de de	25 a de 26 de	29
20	27	
Nombre y domicilio del avalista: 21	Nombre y domicilio del endosante: 28	
22	30	

18. En este espacio se identificará con nombre y apellidos o razón social la persona del avalado. Si se quedara en blanco, se entenderá por avalado el aceptante y, si el librado no aceptare la letra, el librador.
19. Se expresará el día, mes y año en que se presta el aval.
20. Firma del avalista.



Definición

Avalista:

El avalista es la persona que se compromete como garante en un préstamo y que asume la responsabilidad del pago en caso de que el titular no haga frente a la deuda o a sus intereses. Esto entraña riesgos importantes de los que el avalista debe ser consciente.

21. Nombre y apellidos o razón social de quien preste el aval, y domicilio del mismo.
22. Este espacio puede utilizarse para incluir otro aval, con los requisitos a que se alude en los números 18 a 21. Eventual-

mente, podrá utilizarse, también, para consignar un endoso, con los requisitos de los números 23 a 28.

23. Nombre y apellidos o razón social del endosatario.
24. Domicilio de la persona a quien se endosa la letra.
25. Lugar en que se realiza o firma el endoso.
26. Expresión del día, mes y año en que se realiza el endoso.
27. Firma del endosante, que, en este primer endoso, sólo podrá ser el tomador de la letra que se identifica en el número 5.
28. Nombre y apellidos o razón social y domicilio de quien realiza el endoso, es decir, de quien hasta entonces es tomador de la letra, a cuyo nombre está girada.
29. y 30. Estos espacios pueden utilizarse para consignar otros avales o endosos.

Para resolver los problemas operativos que plantea el pequeño formato del impreso oficial de la letra de cambio, la Ley contempla la posibilidad de que existan suplementos de la letra en los que se formalicen las declaraciones cambiarias sucesivas que no quepan materialmente en el cuerpo principal de la letra de cambio, siempre que estos se incorporen al título mediante hoja adherida en la que se exprese de manera clara que se trata de un anexo o suplemento de una letra determinada.



Aplicación práctica

A partir del modelo anterior de letra de cambio, cumplimente los datos que a continuación aparecen:

- a. Manuel Luna Prieto. → Designación del tomador.
- b. Carlos Martínez Zaragoza → C/ Tomás Heredia 2 Nombre y domicilio del librado.
- c. 16 Octubre 2009 Fecha de la aceptación.

SOLUCIÓN

- a. Manuel Luna Prieto → Designación del tomador: posición 5.
- b. Carlos Martínez Zaragoza → C/ Tomás Heredia 2 Nombre y domicilio del librado: posición 13.
- c. 16 Octubre 2009 Fecha de la aceptación: posición 16.

Transferencia

Es la operación por medio de la cual se realiza un traspaso de fondos entre dos cuentas bancarias correspondientes a dos titulares distintos o al mismo titular.

Los titulares de las cuentas corrientes o libretas de ahorros pueden disponer de los fondos depositados en ellas al dar órdenes al banco para que se efectúen transferencias con cargo a dichas cuentas.

El banco cobrará una cantidad de comisión, que será un porcentaje de la cantidad que transferimos.

Tipos de transferencias

- **Internas**, son aquellas en la que tanto la cuenta del ordenante como la del beneficiario están abiertas en la misma entidad de depósito. El traspaso se origina sólo cuando el ordenante es el mismo que el beneficiario.
- **Externas**, cuando el ordenante y el beneficiario no pertenecen a la misma entidad.

3. Documentos propios de la compraventa

La empresa, dentro de sus relaciones comerciales, tiene que usar una serie de documentos relacionados con la compra y venta de sus mercancías.

La actividad de la empresa comienza con la adquisición de productos o materia prima que, posteriormente, serán vendidos en la misma forma que se compraron o tras ser transformados.

Fases de un proceso de compra:

- La empresa solicita información a los posibles proveedores.
- Estudio comparativo de las ofertas recibidas.
- Solicitud de la mercancía.

- Recepción de la mercancía.
- Almacenamiento.
- Recepción de la factura de la entrega realizada.
- Pago del importe de la factura.
- Contabilización del pago.

Fases de un proceso de venta:

- Recepción del pedido por parte del cliente.
- Envío de la mercancía.
- Elaboración de la factura.
- Cobro de la factura.
- Contabilizar el cobro.

3.1. Orden de pedido

También llamada “orden de compra” o “nota de pedido”, es el documento que el comprador envía al vendedor especificando los bienes que desea comprar, su precio, las condiciones de pago y, en algunos casos, la fecha y la forma de envío de la mercadería.



Nota

Es un documento que no genera ningún registro contable.

La orden de compra obliga al comprador a adquirir la mercadería solamente cuando la recibe en las condiciones solicitadas. Por el contrario, no obliga al vendedor, salvo que haya realizado una oferta, ya sea por medios gráficos, radiales, televisivos, etc., y el comprador le formulará el pedido en las mismas condiciones de su oferta.

Se emite, por lo menos, por duplicado.

3.2. Factura

En este modelo se formalizan las operaciones de compraventa, por lo que se debe realizar por duplicado, quedándose cada parte con un ejemplar.

Deben emitir facturas los empresarios y profesionales por las operaciones que realicen en el ejercicio de su actividad.

Factura:

Datos del cliente: NIF:
 NOMBRE: DIRECCIÓN DE ENVÍO:
 POBLACIÓN: COD. POSTAL: PROVINCIA:

Concepto	Descripción	Und	Pr. Und	IVA %	Precio Total

Total factura

Datos bancarios:
 Forma de pago:
 Vencimiento:
 Observaciones:

Antes de confeccionar la factura habrá que tener el pedido del cliente, compararlo con el albarán de salida y aplicar los precios establecidos a los diferentes artículos servidos.

Las facturas se pueden redactar en cualquier modelo, siempre que contengan:

- Número y serie de factura.
- Nombre apellidos (persona física) o denominación social (persona jurídica); NIF, y domicilio del comprador y vendedor.
- Descripción de la operación, con detalle de los bienes o servicios que se transmiten y su contraprestación total.
- Base imponible, tipo de IVA, cuota de IVA, o la expresión “IVA incluido”.
- Lugar y fecha de emisión.



Sabía que...

Una factura electrónica, también llamada comprobante fiscal digital, e-factura o efactura, es un documento electrónico que cumple con los requisitos legal y reglamentariamente exigibles a las facturas tradicionales garantizando, entre otras cosas, la autenticidad de su origen y la integridad de su contenido.

Tipos de facturas

Dependiendo de los requisitos legales que deban cumplir, se distinguen 2 tipos de facturas:

- **Factura completa y ordinaria:** se emitirá siempre que el destinatario de la factura sea un empresario o un profesional que actúe como tal y tenga derecho a deducción por IVA. Debe reunir todos los requisitos vistos anteriormente.
- **Factura simplificada:** la obligación de expedir factura, podrá ser cumplida mediante la expedición de factura simplificada y copia de esta

cuando su importe no exceda de 400 €, IVA incluido, o cuando deba expedirse una factura rectificativa.

Sin perjuicio de lo anterior, los empresarios o profesionales podrán igualmente expedir factura simplificada o copia de esta cuando su importe no exceda de 3.000 €, IVA incluida, en las siguientes operaciones:

- Ventas al por menor (realizadas a consumidores finales).
- Transporte de personas y sus equipos
- Venta y servicios prestados de forma ambulante y a domicilio.
- Servicios de hostelería, restauración, bares, cafeterías, etc.
- Servicios telefónicos.
- Utilización de instalaciones deportivas.
- Servicios de peluquería.
- Revelado de fotografías.
- Aparcamiento, estacionamiento de vehículos.
- Alquiler de películas.
- Servicios de tintorería y lavandería.
- Utilización de autopistas de peaje

Emisión de la factura

Los empresarios deben emitir una factura por cada operación cuando el comprador sea un consumidor final. Cuando el comprador sea un empresario, la emisión de la factura se puede aplazar como máximo un mes desde que se produjo la venta, siendo posible agrupar todas las operaciones realizadas con el mismo comprador en el plazo de un mes.

Conservación de la factura

- **Facturas de ventas:** los empresarios deben conservarlas durante 6 años.
- **Facturas de compras:** deben conservarse durante 6 años con carácter general, excepto las de bienes de inversión que se conservarán durante 10 años y las de compra de terrenos o edificios durante 15 años.

Conceptos que influyen en el cálculo de la factura

Para calcular el importe total de una factura influyen una serie de conceptos como descuentos, gastos e impuestos.

Orden lógico de realización de una factura

- **Calcular el importe bruto:** se multiplica el precio unitario de cada artículo por el número de unidades vendidas. Sumando el importe de cada artículo se obtiene el importe bruto total.
- **Descuentos:** son bonificaciones que se aplican al valor de los productos para aminorar su coste. Hay 3 tipos:
 - Descuento comercial: reducción del valor del bien debido a promociones, ofertas o, simplemente, para abaratarlo. Se calcula sobre el importe bruto total.
 - Descuento por volumen de ventas o rappels: se hacen en función del volumen de compras realizadas, es decir, si se superan un número determinado de unidades compradas, se aplican. Se calculan sobre el importe bruto total.



Recuerde

Dependiendo de los requisitos legales se distinguen 3 tipos de facturas: la completa, la simplificada y el documento sustitutivo de factura.

- Descuento por pronto pago: se realizan cuando el comprador paga de forma inmediata y no aplaza el pago de la factura. Este descuento se aplica a la cantidad resultante de restar al importe bruto total los descuentos comerciales y por volumen de ventas si los hubiere.

- **Gastos o suplidos:** en ocasiones, la factura puede recoger una serie de gastos que incrementarán el importe de los productos y, por tanto, de la operación de compraventa. Destacan los siguientes:
 - **Portes:** son los gastos que se originan por transportar la mercancía desde el almacén del vendedor hasta el comprador. Se incluyen en la factura cuando éstos corran por cuenta de comprador y el transporte lo realice el vendedor o una empresa contratada por éste.
 - **Embalajes y envases:** embalajes son los contenedores o cajas que empaquetan y protegen los envases que contienen el producto; los envases son los recipientes que contienen físicamente el producto.
 - **Seguros:** son las cantidades pagadas en concepto de seguro para cubrir los posibles desperfectos que pudiera sufrir la mercancía durante su traslado. Se incluyen en la factura cuando corran por cuenta del comprador.

- **Base imponible:** tanto los conceptos que reducen el importe de la factura (descuentos) como los que lo incrementan (portes, embalajes, envases y seguros) dan lugar a lo que se denomina Base imponible, que será la cantidad sobre la cual se aplica el IVA.

3.3. El recibo

Es el documento mediante el que la persona que lo elabora y lo da reconoce haber recibido una determinada cantidad de dinero de la persona que acepta el recibo.

Generalmente los recibos van en talonarios y constan de dos partes:

- El recibo propiamente dicho, que se entrega a la persona que ha hecho el pago como justificante del mismo.
- La matriz, que se queda en el talonario y contiene datos esenciales del recibo, como el número, el nombre de pagador, la cantidad pagada y el motivo del pago.

Cada empresa debe elaborar sus propios recibos.



Nota

El recibo puede ir con membrete o sin membrete, pero siempre tiene que ir firmado, en prueba de conformidad de haber recibido el importe de la deuda.

3.4. Justificantes de pago

Es aquel documento que libera al deudor de su obligación de pago desde la fecha en que se consigne en el mismo y por el importe que figure en él, quedando desde su emisión obligada ante la Hacienda Pública la entidad emisora del mismo.

Requisitos formales de los justificantes de pago en efectivo

Todo justificante de pago en efectivo deberá indicar, al menos, las siguientes circunstancias:

- Nombre y apellidos, razón social o denominación, número de identificación fiscal si consta, localidad y domicilio del deudor.
- Concepto, importe de la deuda y período a que se refiere.
- Fecha de cobro.
- Órgano, persona o entidad que lo expide.

Cuando los justificantes de pago se extiendan por medios mecánicos, las circunstancias anteriormente mencionadas podrán expresarse en clave o abreviatura suficientemente identificadoras, en su conjunto, del deudor y de la deuda satisfecha a que se refieran.

4. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial

Los documentos comerciales tienen que seguir unas pautas en su elaboración, las cuales están sujetas a leyes vigentes. Podemos sintetizar las normativas que les afectan directamente en cuanto a sus usos habituales y su correcta elaboración en los siguientes:

- En cuanto a las normas de carácter general, la regulación del comercio esta regulada por:
 - Código de Comercio de 1885.
 - Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- En cuanto a la regulación de los documentos comerciales antes descritos nos encontramos con las siguientes leyes:
 - Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque.
 - Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación, y se modifica el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.

Hoy en día, cada vez es más común abonar las facturas con medios de pago tales como las letras, los cheques y los pagarés, pero estos instrumentos presentan una serie de problemas en su uso basados fundamentalmente en el riesgo de impago y en la corrección de su emisión.

Estos títulos valores constituyen el modo más habitual de saldar las deudas y su éxito se basa en la gran movilidad que adquiere el dinero que representan. Son endosables o cedibles, se pueden descontar e incluso pueden servir como garantía.

El problema con estos instrumentos viene de la morosidad, ya que el moroso conoce cuáles son los defectos de forma que hacen incobrable un título valor al limitar la capacidad de reclamación judicial. Un título mal girado impide el juicio ejecutivo.



Definición

Moroso

Moroso es la persona física o jurídica que está legalmente reconocido como deudor , en el ámbito bancario español se suele aplicar a partir del tercer recibo impagado.

En la actualidad, los impagos más frecuentes corresponden a facturas de compañías telefónicas y el sector con menor índice de impagos es el de la distribución. La estrategia a seguir dependerá de lo que reclamemos (crédito, factura, etc.), del importe y de la antigüedad del impagado. Cuando se trata de pequeñas o medianas empresas, la recomendación es acudir a una compañía de cobros, ya que, en general, este tipo de empresas no tienen la posibilidad de gestionar los impagos a través de un departamento propio.

5. Elaboración de la documentación

La actividad comercial exige minuciosidad y organización y en ella se utilizan gran variedad de documentos, tanto en formato papel como en soporte informático.



El soporte informático es básico para la elaboración de documentos

Los principales documentos relacionados con las operaciones de compra-venta son, como ya hemos visto anteriormente, factura, albarán, recibo, cheque, pagaré, etc. Debemos ser también minuciosos y exigentes en cuanto a su elaboración. Su misión es importante ya que en ellos queda precisada la relación jurídica entre las partes que intervienen en una determinada opera-

ción. También ayudan a demostrar la realización de alguna acción comercial y, por ende, son el elemento fundamental para la contabilización de tales acciones.

A partir de los siguientes epígrafes conoceremos los elementos, estructura, y sus aplicaciones informáticas.

El procesador de textos es una de las herramientas básicas que podemos encontrar en cualquier ordenador, y su función principal consiste en facilitar a los distintos usuarios la elaboración de documentos de diversos tipos.

El TPV o Terminal Punto de Venta hace alusión a los programas y tecnologías que ayudan en las tareas de gestión de un negocio de venta al público.

5.1. Elementos y estructura de la documentación comercial

Los documentos comerciales son constancias escritas originadas por una transacción mercantil tendentes a establecer las relaciones que existen entre las partes intervinientes, en sus fases, y las obligaciones emergentes de las mismas, y que desde el punto de vista contable sirven de base para la anotación en los libros o requisitos de contabilidad.

Tanto para documentos de los clientes como para documentos de los productos no existen modelos inquebrantables, es decir, están sujetos a unos cánones muy flexibles donde, en

Consejo



Recomendamos al lector dirigirse a la Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque si quiere profundizar en los documentos de pago.

algunas ocasiones, se convierten en ventajas competitivas.

5.2. Orden y archivo de la documentación comercial

Para que los procedimientos en la venta se desarrollen adecuadamente, es imprescindible que la información y documentos que se emplean estén correctamente ordenados y archivados, de forma que la localización de información sea rápida y eficaz.



El archivo ayuda a que la localización de información sea rápida y eficaz

Así, al hablar de archivo, se hace referencia a la forma y métodos que se emplean a la hora de ordenar la información que es necesaria para la venta.

Archivo es uno o más conjuntos de documentos, sea cual sea su fecha, su forma y soporte material (papel, CD, etc.), acumulados en un proceso natural por una persona o institución pública o privada en el transcurso de su gestión.

Los documentos son conservados respetando un orden, y sirven de testimonio e información para la persona o institución que los produce, para los ciudadanos, o como fuente histórica.

Por ejemplo, las **facturas** se archivan por orden de fechas, los **clientes** se archivan por orden alfabético, etc. En definitiva, se debe establecer un criterio de ordenación de los documentos.



Ejemplo

Las facturas, los informes, los sistemas y procedimientos de fabricación, las escrituras, las nóminas y seguros sociales, los libros y registros... son elementos que la empresa debe archivar.

En la empresa, el archivo es el lugar donde están reunidos de forma ordenada todos los documentos de interés, con el fin de **asegurar su perfecta conservación y garantizar la rapidez a la hora de solucionar las peticiones de consulta**, procedentes de las diversas unidades organizativas de la empresa.

Una empresa debe proporcionar información a los clientes, proveedores, a las Instituciones Públicas (por ejemplo, Hacienda), a los trabajadores de la empresa, etc. De ahí, la importancia del archivo.

Es muy importante tener en cuenta que los archivos pretenden ser centros de información para la toma de decisiones, y los beneficios que aportan son muy altos. Es decir, un archivo de documentos comerciales contiene información, y esta información será analizada por la empresa para tomar decisiones.

Se debe tener un **control** sobre el funcionamiento del archivo. Es decir, periódicamente la empresa debe realizar un análisis de su sistema de archivo, de forma que, si es necesario cambiar algo para mejorar, se haga.

La entrada de la informática cambió drásticamente el sistema de archivo de las empresas. Así, aquellas empresas que mejor controlasen su sistema de archivo serían las primeras en darse cuenta de la importancia del ordenador para archivar. Realizar el trabajo de archivar implica un **coste**, puesto que la empresa debe tener a uno o más empleados desarrollando esta labor. Asimismo, es necesario disponer de los



Ejemplo



Por ejemplo, la información relacionada con clientes y competidores.

medios materiales oportunos (ordenadores, muebles, carpetas, etc.). La empresa debe conocer en todo momento el coste de su archivo.

Tipos de archivo según su uso

Existen varios tipos de archivo según su uso:

El archivo activo

Es aquel que contiene los documentos de reciente actualidad, los de consulta diaria. Es necesario para el desarrollo de las tareas y actividades de los puestos de trabajo, como los de los clientes actuales, leyes que están en vigor, reglamentos de seguridad e higiene, etcétera. Ni que decir tiene que el archivo activo debe ser el que esté más “a mano” en la empresa. Tenga en cuenta que si contiene la información de más uso, debe ser de fácil acceso y muy operativo.

El archivo semiactivo

Está formado por la documentación e información de baja actualidad y de consulta poco frecuente. Sus asuntos o temas están cerrados y se conservan hasta el momento en que se trasladen al archivo inactivo. Digamos que es un archivo de tránsito.



Ejemplo

Las facturas deben conservarse durante un período de cinco años. Transcurrido el primer año, estos documentos pasan del archivo activo al archivo semiactivo (ya que una factura emitida hace más de un año es poco frecuente que se vuelva a analizar).

Su función es puramente informativa.

El archivo inactivo

Es el que conserva de forma definitiva los documentos e informaciones que no tienen actualidad alguna, y su consulta es prácticamente nula. En él se conservan los documentos, libros y registros que exige la ley y aquellos con valor documental o histórico, y los de valor en sí mismos (escrituras, contratos, etc.).

Estos documentos se conservarán hasta el momento en el que se decida su destrucción.

Tipos de archivo según su ubicación

La organización de estos tres tipos de archivos puede ser **centralizada o descentralizada**, dando origen al archivo central y a los archivos descentralizados.

El archivo central

Es el lugar donde se conservan todos los documentos e informaciones de la empresa. Ahora bien, en función del tamaño de la empresa debemos distinguir las características de este archivo.

En **grandes y medianas empresas**, el archivo central suele ser el inactivo. Esto es así porque las empresas de estas características suelen estar divididas en departamentos, y será cada uno de ellos el que maneje la información de su competencia. Por ello, los archivos activos serán tantos como departamentos haya en la empresa.

Por ejemplo, una gran empresa con cinco departamentos (como pueden ser los de producción, contabilidad, recursos humanos, marketing y ventas) tendrá cinco archivos activos. La idea es que cada uno de los departamentos pueda manejar lo más eficazmente posible su documentación, y es precisamente el archivo activo el que cumple esta función. Así, en el archivo activo del departamento de contabilidad habrá información sobre las últimas leyes contables, las facturas del año, etcétera.

En **pequeñas empresas**, el archivo central incluye los tres tipos de archivos: activo, semiactivo e inactivo. Piense que una empresa pequeña no tiene un volumen grande de información, luego lo realmente operativo

en este caso es centralizar toda la información, sea propia de un archivo activo o no.

A veces, pequeñas empresas pierden tiempo y recursos en la gestión de archivos, de ahí que todo esté en el archivo central.

Los archivos descentralizados

Son los que se encuentran distribuidos en los distintos departamentos y secciones de la empresa.



Ejemplo

Por ejemplo, la empresa Ingo S.A. se dedica a la venta de compraventa de motocicletas, y tendrá tantos archivos como departamentos, a saber: archivo de compra, archivo de venta, archivo de contabilidad, archivo de atención al cliente, etc.

Los archivos descentralizados comprenden los archivos activos (situados en los puestos de trabajo administrativos de las secciones) y los archivos semiactivos, que son controlados por las secretarías de los departamentos. Así, en la empresa del ejemplo cada departamento tendrá su secretario: en el departamento de compras habrá un secretario que controle ese departamento, y así en cada departamento.

El archivo informático

En la actualidad, al hablar de archivo no sólo se hace referencia al “mueble” o “caja” que contiene diferentes documentos (o sea, el archivo físico), sino que también implica el archivo informático.

Actualmente, las empresas poseen programas informáticos para la gestión de las mismas, y esto implica que haya mucha información que se encuentre archivada en soporte informático.

Cuando se habla de archivo informático se hace referencia a la información que se encuentra almacenada en los distintos soportes de almacenamiento informático: CD, DVD, discos duros, etc. De ahí la importancia que para una empresa tiene la **copia de seguridad**.

Así pues, tanto el archivo activo, como el semiactivo y el inactivo pueden ser archivos informáticos. Es decir, la información que se encuentra archivada en cada uno de ellos lo estará en soporte informático.



Archivo informático o copia de seguridad



Aplicación práctica

Señale de qué tipo de archivo se trata:

- a. Es el que conserva de forma definitiva los documentos e informaciones que no tienen actualidad alguna, y su consulta es prácticamente nula.
- b. Es un archivo de tránsito.
- c. Son los que se encuentran distribuidos en los distintos departamentos y secciones de la empresa.

SOLUCIÓN

- a. Archivo inactivo.
 - b. Archivo semiactivo.
 - c. Archivos descentralizados.
-

Con lo expuesto en las líneas anteriores queremos poner de relieve el hecho de que, al estudiar el archivo en la empresa, se hace hincapié en la gestión de la información generada por el negocio más que en el hecho de que esta información aparezca en soporte físico (papel) o en soporte informático (diferentes sistemas de almacenamiento).

Sin duda, la documentación física ocupará mucho más espacio, y será más laboriosa su gestión, que los datos informatizados. Pero lo importante es que, sea en el soporte que sea, el empleado de oficina sepa gestionar esta información, sabiendo cuándo debe estar en el archivo activo, en el semiactivo o en el inactivo (además de emplear un método que permita la localización eficaz del documento de que se trate en cada caso).

Para concluir este punto, añadiremos que en la actualidad las empresas poseen archivos físicos (en papel) y archivos informáticos. Es más, la información que constituye el archivo de la empresa suele estar duplicada, esto es, tanto en soporte físico como en soporte informático.



Ejemplo

Por ejemplo, un archivo inactivo de proveedores estará formado por todas las facturas y pedidos que se han generado en la relación comercial con el mismo, más la base de datos de la empresa con los datos de esta información como la contabilización de los pedidos, las facturas recibidas, etc. (que será una información almacenada en algún tipo de soporte informático).

Orden y clasificación

La clasificación constituye la base del sistema de archivo empresarial. Sin una clasificación, los datos y las informaciones sobre la empresa serían difícilmente interpretables, no se sabría qué posee la empresa ni cuáles son sus necesidades.

La clasificación documental es una técnica para la identificación y la reagrupación sistemáticas de los datos y de las informaciones similares, según características comunes que pueden ser diferenciadas.

Para clasificar hay que **codificar**.

La codificación consiste en asignar números, letras u otros símbolos a los documentos, de acuerdo a un plan sistemático, con el objeto de distinguir las categorías a las que cada documento pertenece y diferenciarlos entre sí, en el ámbito de su categoría. Así, en una biblioteca se diferencian sus obras por tema: novela, teatro, poesía, etc. Después, en cada categoría, por autores, tendencias, etc.

Para clasificar se suelen utilizar una serie de métodos: alfabético, numérico, geográfico, temático y cronológico. La empresa suele disponer de estos métodos de forma individual o combinada, en función de las necesidades generales y particulares de toda la empresa y de cada uno de sus departamentos.

La codificación puede ser efectuada empleando números o letras, o bien una combinación de las dos series de símbolos (alfanumérica).

Las empresas muestran preferencia por la codificación numérica, utilizando la alfabética en los casos que requieren pocas letras. La codificación alfanumérica se emplea cuando es más sencilla que la numérica (por ejemplo, para las matrículas de los automóviles).

La clasificación alfabética

La clasificación alfabética ordena la documentación de acuerdo con la secuencia alfabética.

Por ejemplo, si tuviéramos que clasificar el nombre de una empresa podemos abreviarla si no tiene siglas, o utilizar las siglas si es más conocida: INEM, SAS (Servicio Andaluz de Salud), etc.

En cuanto a los nombres, primero se anota el primer apellido, y si hay primeros apellidos que coincidan, se tendrá en cuenta el segundo. Por su-

puesto, este sistema es válido no sólo para nombres de personas, también para ciudades, regiones, empresas, etcétera.



Debemos clasificar los archivos

La clasificación numérica

Consiste en utilizar números para ordenar los documentos. La numeración puede ser consecutiva (facturas que se pueden clasificar por número de factura o fecha de emisión de la factura) o bien puede ser efectuada según unos criterios particulares.

La clasificación numérica se caracteriza por el hecho de que la ordenación (clasificación) de las carpetas, archivadores, etc., está basada en números, y excluye cualquier atribución o similitud con el contenido. La codificación de esos documentos (o sea, de cada una de esas carpetas o archivadores) puede ser alfabética, numérica o alfanumérica.

Así, por ejemplo, un archivador puede llevar un código numérico y su contenido estar clasificado de forma alfabética.

El empleo de colores

Consiste en asociar un color diferente a cada una de las cifras del 0 al 9. Habrá diez carpetas con colores diferentes, hay que saber qué color corresponde con cada número.

Además, los colores presentan la ventaja de la universalidad, es decir, es entendible por cualquier persona. Por ello, no es necesario saber idiomas para entender una clasificación por colores de una determinada empresa.

Medios materiales de archivo

Los medios materiales de archivo son todos los elementos físicos destinados a clasificar y ordenar todos los documentos. Podemos agruparlos en:

- Medios materiales físicos:
 - Instalaciones de archivo.
 - Mobiliario.
 - Accesorios de soporte y conservación.

- Medios materiales magnéticos:
 - Microfilmes.
 - Archivos informáticos.

Los medios materiales que se utilizan varían en función de los tipos de archivo (activo, semiactivo e inactivo), del tamaño de la empresa y de las características propias de su actividad.

Es decir, en una empresa de grandes dimensiones habrá tantos medios materiales como distintos archivos. Pero en una empresa pequeña, como puede ser una pequeña tienda de electrodomésticos, no será necesario, bastará con un medio material.

Una sistemática válida para organizar adecuadamente la documentación puede ser la agrupación de la misma de la siguiente forma:

- Facturas de proveedores.
- Facturas de clientes.
- Documentos de cajas y bancos.
- Pedidos de clientes y proveedores.

- Presupuestos de clientes y proveedores.
- Albaranes.
- Faxes recibidos y emitidos.
- Correspondencia.
- Fiscal: impuestos.
- Laboral: nóminas, seguros sociales, contratos, seguridad etc.
- Otros archivadores (dependiendo de la actividad de la empresa).
- Otros registros auxiliares de contabilidad que permitan el control de efectos comerciales, cheques y pagarés, así como recibos bancarios.



Recuerde

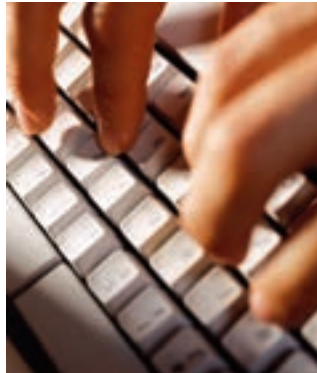
La clasificación documental es una técnica para la identificación y la reagrupación sistemáticas de los datos y de las informaciones similares, según características comunes que pueden ser diferenciadas.

A su vez, e independientemente del tamaño de la organización y de sus características, hay que tener en cuenta la existencia de excelentes herramientas de gestión informática, cuyo uso resulta hoy prácticamente indispensable. Dichas aplicaciones facilitan el recuento de existencias, reduciendo los trámites manuales y automatizando los administrativos, lo que se traduce en ahorro de tiempo y costes. La automatización de los procesos a través de programas informáticos de gestión confiere agilidad y minimiza errores.

6. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

En la actualidad, el entorno empresarial es muy dinámico y complejo a todos los niveles (económico, tecnológico, competitivo, sociocultural, etc.). Como consecuencia, las decisiones empresariales son cada vez más complicadas debido

a la gran cantidad de información que se necesita para tomar decisiones de forma eficiente. Además, cada vez se dispone de menos tiempo para tomar decisiones, se lanzan nuevos productos con mayor frecuencia, la competencia es internacional y más intensa, han variado los patrones de consumo. Por todo ello, se hace imprescindible que en las empresas utilicen las aplicaciones informáticas en la preparación y organización de la documentación comercial y así poder minimizar el tiempo de elaboración y optimizar su productividad.



Las empresas utilizan las aplicaciones informáticas en la preparación y organización de la documentación

Actualmente, en el mercado se pueden adquirir paquetes informáticos de diversos fabricantes para la gestión comercial. Casi todos ellos se caracterizan por tratarse de paquetes integrados, es decir, están constituidos por varios programas enlazados para realizar diversas gestiones (contabilidad, gestión de compras, facturación, nóminas, etc.). Esto se debe a que realmente se trata de gestiones dependientes y entrelazadas.

Las aplicaciones informáticas que adquiera en el mercado pueden ser de carácter general o hechos a medida por empresas capacitadas para tal efecto.

Entre las ventajas que podemos encontrarnos por la utilización de aplicaciones informáticas en los documentos comerciales están:

- Velocidad en el trabajo.

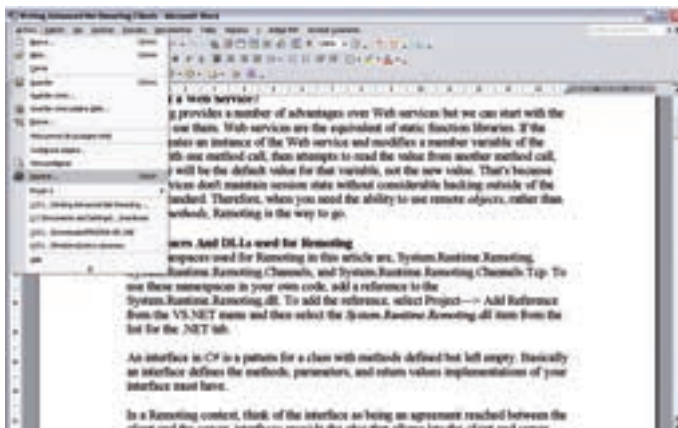
Organización de procesos de venta

- Manejo de gran cantidad de información.
- Disminución de errores y facilidad en su resolución.
- Integración de la información.
- Minimización de costes.

Una vez configurado el equipo, se empiezan a realizar las tareas propias de la gestión comercial. Las operaciones que se realizan con el ordenador son de tres tipos: altas, bajas y modificaciones.

Procesadores de texto

Una importante cantidad de documentos comerciales, como contratos, convenios, citas y escritos diversos, responden a un esquema base donde sólo hay que reemplazar, apropiadamente, datos identificativos para tener el escrito específico definitivo. Los procesadores de texto, por sus características intrínsecas, facilitan enormemente esta tarea ya que se puede trabajar sobre un documento base, copiarlo para mantener el que podríamos denominar “el original”, y modificar la copia insertando los datos correspondientes.



Procesador de texto

Los procesadores de texto más potentes proveen herramientas especialmente preparadas para simplificar aún más estas tareas. También evitan o disminuyen una cuota bastante importante de uno de los errores más comunes

que se producen cuando se realizan modificaciones sobre un texto base: olvidar reemplazar alguno de los datos.

Las herramientas que se mencionan son fundamentalmente lo que se denomina “Órdenes de sistematización de aplicaciones” y permiten la interacción entre el usuario y un documento, especialmente preparado por el propio usuario, que le pide los datos a incluir antes de que el documento sea impreso.



Nota

La versatilidad que brinda esta posibilidad es muy grande ya que permite la toma de decisiones en función de la información que se le provee y, por supuesto, si está bien programada la aplicación, evita la omisión o repetición de datos.

Hojas de cálculo

Una hoja de cálculo es un tipo de documento especial que nos permite presentar la información de una manera más gráfica y que además actualiza los datos automáticamente. La posibilidad de convertir los datos en gráficos y diagramas hace más sencillo comprender la interrelación entre números y variables. El programa va a permitir rehacer todos los cálculos cada vez que se modifica cualquier tipo de valor, lo que nos posibilita ver la evolución de determinados parámetros.

Una diapositiva es el elemento básico de las presentaciones y permite añadir texto, gráficos, tablas, organigramas, animaciones y sonidos, entre otros.



Presentación hecha en PowerPoint

Para un departamento comercial, el uso de las presentaciones es básico. Una buena presentación ofrece muchas posibilidades de venta, ya que plasma la imagen de la empresa. Por ello, es necesario cuidar el modo de realizar las presentaciones y el resultado final, puesto que guarda estrecha relación con lo que queremos enseñar de nuestra organización.

Existe multitud de aplicaciones informáticas para la gestión de todos los departamentos de las empresas, comerciales, financieros, marketing, etc.

7. Resumen

Los documentos comerciales son todos los comprobantes extendidos por escrito en los que se deja constancia de las operaciones que se realizan en la actividad mercantil, de acuerdo con los usos y costumbres generalizados y las disposiciones de la ley.

Organización de procesos de venta

Las fichas de clientes son fichas en la que el vendedor recoge los datos más importantes de sus clientes.

Un folleto es un impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.

Un díptico comercial es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes. Constituye un elemento publicitario para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc. Un tríptico es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en tres partes.

El catálogo es una publicación empresarial cuyo fin es la promoción de productos o servicios que una compañía ofrece.

Por otro lado, están los documentos de pago, como el cheque, el pagaré, la letra de cambio, la transferencia, la factura, el recibo o los justificantes de pago.

En cuanto a las normas de carácter general, la regulación del comercio esta regulada por el Código de Comercio de 1885 y la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

En cuanto a la regulación de los documentos comerciales antes descritos nos encontramos con la Ley 19/1985, de 16 de julio, Cambiaria y del Cheque y el Real Decreto 16/9/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

El archivo es uno o más conjuntos de documentos, sea cual sea su fecha, su forma y soporte material (papel, CD, etc.), acumulados en un proceso natural por una persona o institución pública o privada en el transcurso de su gestión.

Existen varios tipos de archivo. Según su uso está el archivo activo, el semiactivo y el inactivo, y según su localización está el archivo central y los archivos descentralizados.

La clasificación constituye la base del sistema de archivo empresarial. Sin una clasificación, los datos y las informaciones sobre la empresa serían difí-

cilmente interpretables; no se sabría qué posee la empresa ni cuáles son sus necesidades.

Entre las ventajas que, por la utilización de aplicaciones informáticas en los documentos comerciales, podemos encontrarnos la velocidad en el trabajo, el manejo de gran cantidad de información, la disminución de errores y facilidad en su resolución, la integración de la información o la minimización de costes.



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Complete.

- a. Un _____ comercial es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes.
- b. El _____ es una publicación empresarial cuyo fin es la promoción de productos o servicios que una compañía ofrece.
- c. El _____ es un documento mercantil por el que un banco o entidad de crédito se obliga al pago de una determinada cantidad por orden de uno de sus clientes y con cargo a su cuenta bancaria.
- d. El _____ es un documento escrito mediante el cual una persona se compromete a pagar a otra una determinada cantidad de dinero en una fecha acordada previamente.
- e. La _____ se debe expedir en impreso oficial o timbre emitido por el Estado, y su importe estará en proporción a la cuantía que se refleja en la misma.

2. Verdadero o falso.

1. La orden de compra obliga al comprador a adquirir la mercadería solamente cuando la recibe en las condiciones solicitadas.
 - a. Verdadero.
 - b. Falso.

 2. Un recibo es aquel documento que libera al deudor de su obligación de pago desde la fecha en que se consigne en el mismo y por el importe que figure en él, quedando desde su emisión obligada ante la Hacienda Pública la entidad emisora del mismo.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

 3. El archivo inactivo es el que conserva de forma definitiva los documentos e informaciones que no tienen actualidad alguna, y su consulta es prácticamente nula.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
-

4. La insuficiencia del timbre de la letra puede conllevar dificultades para emprender acciones contra el deudor en el caso de que ésta sea impagada.

- a. Verdadero.
- b. Falso.

5. La actividad comercial no exige minuciosidad ni organización y en ella se utilizan poca variedad de documentos.

- a. Verdadero.
- b. Falso.

3. Escoja la opción correcta.

1. Algunos de los campos a considerar en la ficha de clientes son:

- a. Forma de pago del cliente.
- b. Análisis del cliente.
- c. Ratios oportunos.
- d. Todas son correctas.

2. Un díptico comercial es:

- a. Un impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.
- b. Un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes.
- c. Un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en tres partes.
- d. Una publicación empresarial cuyo fin es la promoción de productos o servicios que una compañía ofrece.

3. El catálogo...

- a. ... es un momento de encuentro entre la compañía y sus potenciales clientes.
 - b. ... es principalmente visual.
 - c. En él, la empresa encuentra la manera más ordenada de exponer sus productos o servicios al público consumidor.
 - d. Todas son correctas.
-

4. En el cheque conformado...

- a. ... se formaliza cruzando dos barras paralelas en el anverso.
- b. ... el banco no garantiza la autenticidad de la firma del librador.
- c. ... se formaliza cruzando dos barras paralelas en el anverso.
- d. Todas son falsas.

5. Los tiempos de presentación del cheque al pago son:

- a. 25 días para los cheques emitidos en Europa y pagaderos en España.
- b. 15 días para los cheques emitidos y pagaderos en España.
- c. 65 días para los cheques emitidos en el extranjero y pagaderos en España.
- d. 20 días para los cheques emitidos y pagaderos en España.

