

GRUPO LÓPEZ PARDO · ERP INERTTIA

Manual de Operaciones

Guía paso a paso del nuevo sistema

Índice de funciones

Este manual describe, paso a paso, cómo realizar cada una de las operaciones del nuevo sistema. Para cada función encontrará el recorrido exacto de dónde pulsar y qué teclas usar, seguido de una explicación de qué se está haciendo y por qué. Las funciones que todavía están pendientes de desarrollo o de confirmación se señalan expresamente. El manual está organizado en partes que se irán ampliando con el tiempo.

PARTE I · COMPRAS

- 1 Crear una propuesta de necesidad de compra
- 2 Consultar la ficha del artículo desde la propuesta
- 3 Generar las propuestas de pedido
- 4 Modificar un pedido en mantenimiento
- 5 Imprimir y enviar el pedido
- 6 Sincronizar el pedido con el SGA
- 7 Recepcionar el albarán que llega del SGA
- 8 Artículos de servicio (líneas de solo texto)
- 9 Meter portes en una entrada y crear la matrícula
- 10 Crear un albarán de transporte sin factura
- 11 Recepcionar la factura de una agencia de transporte
- 12 Recepcionar la factura del proveedor
- 13 Contratos y reservas (importaciones)
- 14 Crear y configurar la ficha del proveedor
- 15 Importar tarifas de proveedor desde Excel

PARTE II · VENTAS

- 16 Crear grupos de clientes y de artículos
- 17 Asignar un grupo a un cliente y a un artículo
- 18 Niveles de promoción: artículo, cliente y entorno
- 19 Tipos de descuento y promoción
- 20 Cómo meter los grupos en la promoción y regla de acumulación

21 Consultar documentos de venta y buscar albaranes

22 Crear un presupuesto de venta

23 Facturar albaranes de venta (facturación periódica)

PARTE III · ADMINISTRACIÓN

24 Crear y configurar un cliente

25 Crear un centro o delegación de un cliente

26 Crear una cadena comercial

ANEXOS

★ Lista de documentos de reparto

★ Lotes (productos compuestos con varios IVA)

★ Imprimir, exportar y enviar documentos por correo

PARTE I

Compras

1. Crear una propuesta de neces... · 2. Consultar la ficha del artíc... · 3. Generar las propuestas de pe... · 4. Modificar un pedido en mante... · 5. Imprimir y enviar el pedido · 6. Sincronizar el pedido con el... · 7. Recepcionar el albarán que l... · 8. Artículos de servicio (línea... · 9. Meter portes en una entrada ... · 10. Crear un albarán de transpor... · 11. Recepcionar la factura de un... · 12. Recepcionar la factura del p... · 13. Contratos y reservas (import... · 14. Crear y configurar la ficha ... · 15. Importar tarifas de proveedo...

1. Crear una propuesta de compra

Es el punto de partida de todo el proceso de compra. El sistema analiza el consumo de un periodo y calcula, artículo por artículo, cuánto hace falta pedir.

Dónde se hace

Se accede desde **Compra > Necesidad de compra > Propuesta**. La propuesta forma parte del bloque de necesidad de compra.

Paso a paso

- 1 Elegir el centro.** Lo primero que pregunta el programa es si se quiere trabajar con datos de toda la empresa o de un centro concreto (por ejemplo, Trapiche o la Central). Si no se conoce el código del centro, se pulsa **F5** para buscarlo. **Si se deja en cero (o en blanco), el sistema entiende «todos los centros»** y suma el consumo de todos los almacenes.
- 2 Indicar el rango de fechas de consumo.** Se introduce la fecha de inicio y la fecha de fin del periodo del que se quieren tomar los datos de consumo. Conviene elegir un periodo que sea representativo de lo que se va a calcular (por ejemplo, del 1 al 21 de enero para reflejar un ciclo de 21 días).
- 3 Filtrar por estado del artículo.** Se indica qué artículos entran en el cálculo según el campo de estado de su ficha: solo los de alta (los que se pueden comprar), solo los de baja, los que están en extinción (se venden pero ya no se compran), los sustituidos, o todos. Por defecto se trabaja con el estado **normal / de alta**, que son los artículos que se pueden comprar y mover.
- 4 Filtrar por proveedor.** Como el equipo trabaja por proveedor, se salta la familia y las marcas y se va directamente al proveedor. Con la **barra espaciadora** (o pulsando en el triángulo) se despliega la lista de todos los proveedores que tienen al menos un artículo en el que figuran como proveedor preferente (habitual). Se selecciona el proveedor o proveedores deseados.
- 5 Indicar el código del artículo** si se quiere acotar a uno concreto, o dejarlo abierto para traer todos los del proveedor.
- 6 Lanzar el cálculo** pulsando el botón de la **calculadora**. El programa muestra entonces la lista de artículos cuyo proveedor preferente coincide con el filtro, con toda la información de necesidad.

QUÉ SE ESTÁ HACIENDO

No hace falta indicar todos los proveedores a los que se puede comprar un artículo: basta con marcar el **preferente**. El programa ya buscará por su cuenta todas las tarifas de compra de ese artículo, porque esa información ya está en la ficha. El filtro de proveedor solo sirve para decidir qué artículos aparecen en pantalla.

Cómo leer la tabla de resultados

Para cada artículo, las columnas muestran: las **ventas del periodo** filtrado (en Trapiche, en Central y la suma), los **pedidos pendientes de recibir** (por centro y en total), y la **existencia real** a día de hoy. La existencia es un dato real porque el sistema se conecta al SGA y trae lo que hay en cada almacén; el resto de datos dependen del traspaso realizado.

A partir de ahí el programa calcula dos indicadores de stock:

- **Stock teórico:** lo que se supone que se tiene. Se calcula con las existencias totales (Trapiche + Central), más lo pendiente de recibir, menos lo pendiente de servir.
- **Stock necesario:** lo que realmente hay que pedir para cubrir las necesidades del periodo, basándose en las ventas totales. Este es el criterio que el equipo ha decidido usar.

También se muestra el **stock mínimo** guardado en la ficha (por si en el futuro se trabaja con ese criterio) y, en las últimas columnas, el histórico de **ventas y compras de años anteriores** mes a mes, que sirve de pista para decidir la cantidad en productos de temporada.

Teclas de la pantalla de propuesta

Tecla Función

- F4** Marcar / desmarcar un artículo para pedir
- F6** Marcar todos los artículos
- F7** Desmarcar todos los artículos
- F8** Ver el desglose de lo pendiente de servir
- F9** Ver el desglose de lo pendiente de recibir
- F11** Introducir la cantidad que se va a pedir

Cómo introducir las cantidades

Situándose sobre un artículo y pulsando **F11** se introduce la cantidad a pedir. Se puede pedir en **unidades, cajas o palés**: el programa hace la conversión automáticamente según las equivalencias definidas en la ficha del artículo (por ejemplo, 12 unidades por caja). Si el artículo no tiene definida una conversión (por ejemplo, a palé), esa opción no estará disponible. Al escribir la cantidad, el sistema indica a cuántas cajas equivale. Cada artículo con cantidad introducida queda **marcado automáticamente**, sin necesidad de marcarlo aparte.

CONSEJO DE USO

El objetivo de esta pantalla es coger velocidad. Conviene practicar hasta hacerla con soltura: introducir cantidades, marcar y desmarcar, y leer los indicadores de stock sin dudar.

Ordenar y buscar dentro de la tabla

La lista de artículos se comporta como una hoja de cálculo. Para **ordenar** por una columna (por ejemplo, por el precio neto de menor a mayor), se pincha en la **cabecera** de esa columna. Para **buscar** dentro de una columna, se sitúa el cursor sobre el **nombre de la columna** (aparece resaltado en amarillo) y se pulsa **Ctrl** + clic: se abre una búsqueda que filtra por lo que se escriba. Es importante situarse en el nombre de la columna correcta: si se hace sobre «proveedor» busca por proveedor, si se hace sobre «artículo» busca por artículo.

ESTA PANTALLA TAMBIÉN SIRVE PARA COMPARAR PROVEEDORES

Aunque se llama «necesidad de compra», esta misma pantalla es una potente herramienta de **comparación de proveedores**, no solo de pedido. Si se tienen cargadas las tarifas de los proveedores, aquí se puede ver, para cada artículo, todos los proveedores a los que se le puede comprar, su precio (bruto y neto) y la fecha de esa tarifa, y decidir a quién comprar. La comparación completa se explica en la función 3.

Colocar las columnas a gusto

El orden y la visibilidad de las columnas se pueden ajustar. Se puede **mover una columna** pinchándola y arrastrándola a otra posición (por ejemplo, poner la columna de «seleccionado» la primera, o la descripción antes que la referencia). También se prevé una opción para **elegir qué columnas se ven** (mostrar u ocultar), con un botón de **restaurar** que devuelve la vista al estado original.

AVISO IMPORTANTE SOBRE LAS COLUMNAS

La configuración de columnas (cuáles se ven y su orden) **no es por usuario**: si alguien la cambia, queda así para todos. Por eso, en lugar de ocultar columnas, suele ser preferible **mover** la que interese (por ejemplo, arrastrar la de «seleccionado» al principio) y dejarla ahí. Si hace falta volver al estado inicial, se usa la opción de restaurar.

2. Consultar la ficha del artículo desde la propuesta

En cualquier momento del proceso se puede abrir la ficha completa de un artículo para consultar su histórico sin salir de la propuesta.

Dónde se hace

Con el cursor situado sobre el artículo deseado, se pulsa el botón de **Artículo** (ficha del artículo), situado **arriba a la izquierda** de la pantalla. Se abre la ficha de ese artículo.

Qué se puede consultar

Además de la información habitual de mantenimiento, desde la ficha se puede acceder a:

- **El extracto del artículo:** todos sus movimientos, incluida la última compra y la última venta.
- **El desglose de la existencia:** en qué almacén o ubicación está la mercancía.
- **La evolución de precios:** cómo han ido cambiando todos los precios que afectan al artículo.
- **El histórico de compras:** la lista de todas las compras, ordenadas de más reciente a más antigua.

Ver el documento de una compra

- 1 Dentro de la lista de compras del artículo, situarse sobre la línea deseada.
- 2 Pulsar **F6** para abrir el documento de esa entrada. El sistema muestra la fecha, el número de entrada y las cantidades y precios de aquella compra.

A TENER EN CUENTA

En la lista de compras se ve el precio, pero **no los descuentos ni las bonificaciones**. Para ver esos datos hay que entrar en el documento de la compra. A petición del equipo, se puede añadir a la vista el precio bruto para tenerlo directamente a la vista.

LA FICHA DEL ARTÍCULO HACE LA FUNCIÓN DEL ANTIGUO «CONTROL + H»

En el sistema anterior se consultaba el artículo con **Ctrl** + **H**. Aquí esa tecla no existe como tal, pero la **ficha de consulta del artículo cumple exactamente esa función**, y está disponible desde muchísimos sitios: desde la propuesta, desde un pedido, desde una entrada, etc. En cualquier pantalla donde aparezca un artículo suele haber un botón de **ficha** que abre esta consulta.

OJO: «FICHA» NO ES LO MISMO QUE «MODIFICAR»

Dentro del mantenimiento del artículo, el botón **Ficha** (o pulsar **Intro** dentro) abre la **consulta completa** con todo el histórico. En cambio, entrar en **Modificar** o **Nuevo** solo muestra los datos propios del artículo para editarlos, no las consultas. Para ver movimientos, pendientes y estadísticas hay que entrar por **Ficha**.

Consultas disponibles en la ficha del artículo

Además de los datos generales, de compra (los distintos proveedores a los que se le compra) y de venta (tarifas y precios), la ficha ofrece un conjunto de consultas sobre lo que le ha pasado al artículo:

- **Extracto de movimientos:** todos los movimientos del artículo. Se puede filtrar a nivel de toda la empresa o de un solo centro, y por tipo (solo claves de venta, solo claves de compra, etc.) y por rango de fechas. Para cada compra se ve, en la parte de abajo, el proveedor, el precio, quién y cuándo se imputó, el importe total y las unidades; y hay una tecla para abrir el documento de esa compra y saltar directamente a su línea.
- **Resumen de movimientos:** un resumen de lo ocurrido en un periodo (compras, fabricaciones, mermas, etc.).
- **Histórico de precios:** cómo ha ido cambiando el precio del artículo, incluido el precio de reposición y la tarifa de proveedor.
- **Últimas compras:** las últimas entradas con su fecha, unidades y precio.
- **Documentos de venta y estadísticas de venta:** a quién se le ha vendido el artículo en un rango de fechas, con sus cantidades e importes.
- **Números de serie y lotes** en los que ha participado el artículo (si los usa).
- **Si está en descuento, promoción o precio mínimo**, y sus observaciones y fotos.

Pendiente de recibir y pendiente de servir

Desde la propia ficha (sin tener que ir a otro sitio) hay dos botones muy útiles:

- **Pendiente de servir:** muestra todos los pedidos de venta en los que está ese artículo y que aún no se han convertido en albarán.
- **Pendiente de recibir:** muestra los pedidos de compra pendientes, con la fecha en que se pidió y la fecha en que se supone que va a llegar, el proveedor, lo pedido y lo ya recibido.

3. Generar las propuestas de pedido

Una vez marcados los artículos que se quieren pedir, el sistema agrupa la compra por proveedor y permite comparar precios entre los distintos proveedores de cada artículo antes de generar los pedidos.

Cómo se genera

Tras marcar los artículos deseados en la pantalla de necesidad de compra (con su cantidad introducida mediante **F11**), se pulsa el botón de **Propuestas**. El programa recorre todos los artículos de la pantalla, se queda solo con los marcados y muestra, para cada uno, a qué proveedor o proveedores se le puede comprar.

Primera vista: por artículo

La pantalla se divide en dos mitades. En la parte superior aparece la lista de artículos marcados y, para cada uno, el proveedor o proveedores a los que se puede comprar, con su precio base, su descuento (si lo hay), el precio neto y la fecha de la tarifa. Se marca o desmarca el proveedor deseado para cada artículo.

Tecla Función (vista por artículo)

F8 Desmarcar todos los artículos y proveedores

F10 Marcar todos los artículos y proveedores

F9 Marcar todo

PARA QUÉ SIRVE ESTA VISTA

Sirve como repaso (comprobar que no se ha olvidado ningún artículo) y, sobre todo, para **comparar precios entre proveedores**. Si un artículo se puede comprar a dos proveedores con tarifas distintas, aquí se ve cuál sale más barato y se decide a cuál pedirselo. Si un artículo solo tiene un proveedor, simplemente se marca.

Segunda vista: por proveedor (cabecera del pedido)

Una vez marcado lo deseado, se pulsa el botón que lleva la información a la parte inferior. Ahora el sistema reorganiza los datos **por proveedor**, que es la cabecera real de cada pedido, con sus líneas debajo. Para cada proveedor se muestra:

- El **número máximo de artículos** que se le pueden pedir de los que se habían marcado.
- El **pedido mínimo** y los **días que tarda en servir** (si están rellenos en su ficha; conviene ir completándolos porque ayudan a planificar la recepción).
- La **cantidad, el precio y el importe** al que se va a comprar cada artículo, según la tarifa vigente.

POR QUÉ IMPORTA EL MÁXIMO DE ARTÍCULOS POR PROVEEDOR

Si un pedido se puede repartir entre varios proveedores, uno puede admitir cinco artículos, otro solo tres y otro los nueve. Ver el máximo por proveedor ayuda a decidir la estrategia comercial: a quién pedir para llegar a un pedido mínimo, para evitar portes, o para aprovechar mejores plazos de entrega. Esa decisión es comercial y la toma el equipo.

Ajustes de cantidad y pedido mínimo

Se marca el artículo o artículos que realmente se quieren pedir a cada proveedor. Al hacerlo, el sistema aplica automáticamente el **pedido mínimo** de esa combinación artículo-proveedor: si se pide una cantidad inferior al mínimo, el programa la sube al mínimo; si se pide igual o más, respeta la cantidad. La cantidad se puede modificar manualmente pulsando **Intro** sobre ella y escribiendo el valor definitivo (por ejemplo, ajustar a un múltiplo de caja). **Lo que quede escrito aquí es lo definitivo.**

Generar los pedidos

- 1 Cuando se ha terminado de comparar y marcar todos los proveedores y artículos, marcar el conjunto definitivo (hay una tecla que marca todo para agilizar).
- 2 Pulsar el botón de **Pedidos**. El programa muestra un mensaje de confirmación.
- 3 Confirmar. El sistema genera automáticamente tantos pedidos como proveedores haya marcados y avisa de que el proceso ha terminado.

TRUCO PRÁCTICO

Se puede generar un pedido solo para comparar cómo queda con un proveedor u otro, aunque luego no se vaya a enviar. Es una forma cómoda de ver el importe final antes de decidir.

Dos formas de comparar: por artículo o por proveedor completo

La comparación se puede hacer de dos maneras, y conviene entender la diferencia:

- **Artículo por artículo (parte de arriba):** para cada artículo se ve qué proveedor lo sirve más barato. Se puede pinchar en la columna de **precio neto** para ordenar de más barato a más caro y quedarse con el mejor de cada uno. La desventaja es que **no se ve el total de un proveedor frente a otro**: se comparan artículos, no proveedores.
- **Por proveedor completo (parte de abajo):** se marcan varios proveedores y, con **F5**, el sistema calcula cuántos de los artículos puede servir cada uno y a qué **importe total**. Así se compara el coste global de pedirle todo a un proveedor frente a otro.

POR QUÉ A VECES INTERESA EL TOTAL Y NO EL ARTÍCULO MÁS BARATO

Comprar cada artículo a su proveedor más barato no siempre es lo mejor. A veces interesa **concentrar la compra en un solo proveedor** aunque algún artículo salga un poco más caro, porque el conjunto sale más barato, o para tener **un solo envío** (menos portes), o para llegar a un **pedido mínimo o a un rappel**. Esa es una decisión comercial de quien conoce la negociación; el programa solo aporta los datos (mejores precios y cuántos artículos da cada proveedor).

FÍJATE EN LA FECHA DE LA TARIFA

Junto a cada precio aparece la **fecha de la tarifa**. Es importante mirarla: si un proveedor tiene una tarifa del año pasado y otro una reciente, el precio antiguo probablemente ya no sea válido y no conviene fiarse de esa comparación. Cuando las fechas son parecidas y actuales, la comparación es fiable.

Dos formas de trabajar: rápido o comparando

Hay dos maneras de usar esta pantalla, y cada una tiene su precio:

- **Rápido (marcar todo):** se marca todo con **F10**, se calcula con **F5** y se generan los pedidos. Es lo más veloz, pero **obliga a revisar después**, porque si un artículo tiene varios proveedores puede quedar pedido a más de uno.
- **Comparando (recomendado):** se dedica un poco más de tiempo a comparar y elegir proveedor por proveedor, de modo que el pedido que se genera ya está **completo y decidido**, listo para sincronizar con el SGA sin tener que tocar nada más.

CAUIDADO CON LOS PEDIDOS DUPLICADOS

Si un mismo artículo se marca a **dos proveedores** (por ejemplo, al marcar todo), el sistema genera un pedido a cada uno y ese artículo queda **pendiente de recibir por partida doble**. Hay que decidir a cuál comprárselo y **eliminar el pedido o las líneas que no interesen**, porque si no, quedará pendiente de recibir el doble de lo necesario. Por eso, cuando se trabaja «marcando todo», es imprescindible repasar los pedidos generados y borrar lo que sobre.

LA VENTAJA DE COMPARAR AQUÍ: DOS PEDIDOS DE UNA VEZ

Una ventaja frente al método antiguo (revisar proveedor por proveedor y descubrir en «últimas compras» que un artículo tenía otro proveedor) es que aquí se ven todos los proveedores a la vez. Si un artículo conviene pedirlo a otro proveedor, se marca y el sistema **genera los dos pedidos de una sola vez**, sin tener que crear el segundo a mano.

«PROVEEDOR HABITUAL» FRENTE A «TARIFA DE PROVEEDOR»

Al generar la propuesta se puede filtrar de dos maneras distintas:

- **Proveedor habitual** (lo que antes se llamaba «favorito» o «preferente»): trae los artículos cuyo proveedor preferente es ese.
- **Tarifa de proveedor:** trae **todos los artículos que tengan a ese proveedor en su tarifa de compra**, aunque su proveedor habitual sea otro. Es la opción para comprarle a un proveedor un artículo que normalmente se compra a otro.

REQUISITO: EL ARTÍCULO DEBE ESTAR EN LA TARIFA DE COMPRA DEL PROVEEDOR

Este programa **se basa siempre en la tarifa de compra**: para poder pedir un artículo a un proveedor desde aquí, ese artículo tiene que estar en **su tarifa** (aunque el precio sea antiguo, de años atrás, o incluso cero). Si el proveedor no tiene ese artículo en su tarifa, no aparecerá y no se le podrá pedir por esta vía. La solución es **crearle la tarifa** (por ejemplo, importando desde Excel un listado de todo lo que se le ha comprado a ese proveedor en los últimos años; el precio da igual, luego se corrige al recepcionar) o hacer un **pedido manual**.

4. Modificar un pedido en mantenimiento

Los pedidos generados quedan guardados en el sistema y se pueden revisar, corregir y completar antes de enviarlos al proveedor y sincronizarlos con el SGA.

Dónde se hace

Se accede desde [Compra > Mantenimiento de pedidos](#). Por defecto se muestran los pedidos abiertos de los últimos tres meses.

POR QUÉ LOS PEDIDOS SE QUEDAN AQUÍ

Se ha decidido que, al generar los pedidos, **no se pasen automáticamente al SGA**. Quedan en mantenimiento para que se puedan revisar, añadir o quitar artículos, ajustar cantidades para llegar a un porte gratis, o para que pasen por el supervisor. Solo cuando el pedido está validado se sincroniza con el SGA (ver función 6).

Qué se puede hacer con un pedido

Una vez dentro del pedido, se ven todas sus líneas y se puede trabajar con él como si fuera un pedido hecho a mano. Sobre cada línea se dispone de la misma información que en las pantallas anteriores (últimas compras, existencias, pendiente de servir). Las operaciones posibles son:

CAMBIAR UN PRECIO

Situándose en el precio y pulsando **F5** se pueden introducir descuentos o cambiar el precio. Por ejemplo, si la tarifa no está actualizada y el precio real es otro, se corrige aquí. El sistema recalcula el neto y el importe de la línea.

APLICAR UN DESCUENTO EN LA LÍNEA

Situándose en el precio de una línea y pulsando **F6** se pueden introducir descuentos para ese artículo en ese pedido. No tienen por qué ser descuentos fijos: pueden ser puntuales de una compra concreta. Se pueden encadenar varios **en cascada** (por ejemplo, 50 + 10 + 3).

El descuento puede ser en **porcentaje** o en **importe**. Por defecto es porcentaje (valor 0); para meter un importe fijo se cambia el tipo a 1 y se escribe la cantidad en la parte inferior de la pantalla.

EN QUÉ ORDEN SE APLICAN LOS DESCUENTOS

Aunque se escriban en un orden distinto, el sistema **siempre aplica primero el descuento por importe y después el porcentaje**. Por ejemplo, sobre un precio de 3,00 €, con un importe de 0,20 € y un 5 %: primero quita los 0,20 € (quedan 2,80 €) y luego el 5 % (quedan 2,66 €).

SUPRIMIR UNA LÍNEA

Si un artículo no se va a pedir, se elimina su línea del pedido.

AÑADIR UN ARTÍCULO

Se puede añadir un artículo nuevo aunque no sea del proveedor. Si el artículo no está en la tarifa de ese proveedor, el sistema muestra un aviso informativo, pero **permite añadirlo igualmente**: el aviso solo advierte de que es de otro proveedor, no lo impide.

QUÉ MANDA AL FINAL

Las cantidades y precios que se dejen escritos en el pedido son los definitivos. Por ejemplo, si en la propuesta se pusieron 40 unidades y en el pedido se ajusta a 48, lo que vale es 48. La pantalla anterior solo sirve como pista de control. El pedido queda **a disposición** para hacer con él lo que se necesite (añadir líneas, quitarlas, cambiar precios) hasta que se graba; al grabar es cuando se pasa al SGA.

MEJORA FRENTE AL SISTEMA ANTERIOR: TARIFAS CON FECHA DE ENTRADA EN VIGOR

En el sistema antiguo el precio de un artículo era el de la **última compra**, y para cambiarlo había que hacer una «compra ficticia» (una entrada positiva y otra negativa para no alterar el stock). Eso ya no hace falta. Ahora, al **importar la tarifa de un proveedor desde un Excel**, el sistema pregunta la **fecha a partir de la cual entra en vigor**: se le puede indicar que los nuevos precios rigen, por ejemplo, desde el 1 de septiembre, y hasta entonces se mantienen los anteriores. Y si se renegocia el precio de un artículo suelto, basta con ir a la **ficha del artículo, pestaña de tarifa de compra**, y cambiar el precio ahí. Así el precio que aparece en la propuesta y el pedido siempre está actualizado, sin trucos.

5. Imprimir y enviar el pedido

Una vez revisado el pedido, se graba, se genera el documento en PDF y, opcionalmente, se envía por correo al proveedor.

Grabar e imprimir

- 1 Cuando se ha terminado de modificar todas las líneas, pulsar **Esc** para salir del modo de edición.
- 2 Pulsar el botón de **Grabar** (o **Intro**). Al grabar, se habilita el botón de la **impresora** y el sistema se detiene ahí a la espera.
- 3 Pulsar el botón de la **impresora** (Lista) para generar el documento del pedido.

Opciones de impresión del pedido

Solo en el caso del pedido, el botón de impresión hace dos preguntas antes de generar el documento:

- **Si se quieren imprimir las observaciones** (por si se ha introducido alguna).

- **Si se quieren imprimir los precios.** A veces no interesa que el proveedor vea los precios: si están más caros de lo pactado los pondrá más caros, pero si están más baratos conviene no mostrarlos.

Se puede imprimir «a pantalla», lo que equivale a generar un **PDF** que se guarda donde se desee. El documento incluye el código que el proveedor da a cada producto, la descripción propia y la cantidad pedida (y el importe, solo si se ha elegido imprimir precios).

Formato de impresión del pedido

El pedido puede imprimirse con distintos **formatos**. Por ejemplo, existe un formato con el logo de la empresa y otro más sencillo, y variantes valorada (con importes) o sin valorar. Al imprimir se puede elegir el formato deseado en lugar del que viene por defecto. **PENDIENTE DE CONFIRMAR:** los nombres internos de los formatos (por ejemplo, el código tipo «PPV») se detallarán cuando se cierren.

IMPRIMIR, EXPORTAR A PDF O ENVIAR POR CORREO: SE EXPLICA EN EL ANEXO

El manejo de la impresora (ver en pantalla, imprimir, exportar a PDF, enviar por correo, teclas **F5** y **F8**, botón «Para»...) funciona **igual en todos los documentos** del sistema, tanto en los pedidos de compra como en las facturas de venta. Por eso se explica una sola vez, en detalle, en el **anexo «Imprimir, exportar y enviar documentos por correo»** al final del manual.

NO HACE FALTA GUARDAR EL PDF APARTE

El pedido queda guardado dentro del propio sistema, así que no es necesario archivarlo manualmente. Quien prefiera enviarlo por correo por su cuenta (por ejemplo, para adjuntar el pedido a un cliente que pide artículos exclusivos) puede seguir haciéndolo, pero el sistema ya conserva el documento.

6. Sincronizar el pedido con el SGA

Cuando el pedido está revisado y es definitivo, se pasa al SGA (el sistema de gestión de almacén) para que el almacén pueda recibir la mercancía cuando llegue.

Cómo se sincroniza

Se ha acordado que la sincronización con el SGA sea un **paso manual**, no automático, para poder revisar los pedidos antes. Una vez que el pedido está validado, al pulsar el botón de **Grabar** el pedido se sincroniza y se pasa al SGA. Es un único paso.

POR QUÉ SE HACE EN UN PASO MANUAL

Mantener la sincronización manual permite que el pedido pase por revisión o por el supervisor antes de llegar al almacén. En el futuro, cuando se compruebe que el sistema funciona con fiabilidad, podría automatizarse; de momento se hace a mano de forma deliberada.

IMPORTANTE

Una vez sincronizado, el pedido ya está en el SGA. Si más adelante hay que anularlo o rehacerlo, hay que tener en cuenta que el pedido **ya ha llegado al almacén** y debe borrarse también allí, no solo en el ERP.

7. Recepcionar el albarán que llega del SGA

Cuando el almacén recibe la mercancía y hace la admisión en el SGA, se genera automáticamente un registro de entrada (albarán) en el ERP. Aquí se revisa y se corrige lo que haga falta.

Dónde se hace

Se accede desde [Compra > Entradas de compra](#). Aparecen los albaranes generados por el SGA. Para cada uno se muestra: la fecha de recepción, el número de entrada, el número y la fecha del albarán del proveedor, el número de líneas, dónde se ha dejado la mercancía y el importe.

QUÉ TRAE EL SGA Y QUÉ NO

El SGA es pura logística: solo maneja **artículo, cantidad, lotes y fecha de caducidad**. No lleva precios. Cuenta lo que llega (tres de esto, cinco de esto) y devuelve esas cantidades al ERP, asociándolas al pedido correspondiente. Los precios y el resto de la información están en el pedido del ERP, no en el SGA.

La columna «modificable»

La última columna indica si un albarán es modificable o no. Por defecto, **todo lo que genera el SGA es modificable** mientras no se haya recepcionado la factura del proveedor. Cuando llega la factura, el albarán deja de ser modificable y desaparece la marca «M».

Orden correcto de revisión (muy importante)

REGLA DE ORO

Antes de tocar nada del albarán —y **antes de meter cualquier dato de transporte**— hay que entrar en las líneas y revisarlas. Primero las líneas; el transporte, después.

- 1 Revisar los artículos.** Comprobar que todos los artículos que aparecen son los que tienen que ser.
- 2 Si falta un artículo o hay uno equivocado:** no se corrige aquí. Se llama al almacén (SGA) para que reabra la admisión y lo arregle desde su consola. **No tocar nada en el ERP en ese caso.**

- 3 Si los artículos son correctos y lo único que cambia son precios: se corrigen los precios y se graba.

POR QUÉ NO SE DEBEN CAMBIAR LAS CANTIDADES AQUÍ

Lo que se cambia en el ERP **no se refleja en el SGA**. Si el SGA dice que han entrado tres unidades y en el ERP se ponen dos, quedan descuadrados (el SGA tiene tres y el ERP dos). Los precios sí se pueden cambiar libremente; las cantidades no deben tocarse aquí. Si una cantidad está mal, tiene que corregirla el almacén reabriendo la admisión.

Además, si se reabre la admisión en el SGA después de haber metido datos de transporte, esos datos de transporte **se pierden**. Por eso el orden es siempre: primero revisar líneas, y solo cuando están correctas, meter el transporte.

Cerrar el albarán

Una vez revisadas y corregidas las líneas (y, en su caso, metido el transporte), se pulsa **Esc**, aparecen los descuentos al pie (si los hay, heredados de la ficha del proveedor o del pedido), y se pulsa **Grabar** hasta que el albarán queda terminado.

8. Artículos de servicio (líneas de solo texto)

El sistema necesita siempre un artículo en cada línea. Para poder meter texto libre, cargos o conceptos que no mueven almacén, se utilizan los llamados «artículos de servicio».

Qué es un artículo de servicio

En la ficha del artículo hay un campo de **tipo de producto**. Si está marcado como *servicio*, el artículo es un concepto que no se mueve físicamente: no se puede contar, ni recibir, ni expedir en el almacén. Sirve para cosas como un canon, un cargo por transporte, un descuento adicional metido en una línea, una observación o un dato informativo.

POR QUÉ EXISTEN

El programa exige un artículo en cada línea, pero hay conceptos que no son mercancía. La única forma de que esas líneas **no se sincronicen con el SGA** (para que el almacén no intente moverlas ni recibirlas) es marcarlas como de servicio. Así, si en un pedido se mete una línea de observación o un cargo por porte, esa línea nunca pasa al SGA.

Cómo se usan

Se crea un artículo de servicio (o varios, por ejemplo uno por tipo de IVA: uno al 10 %, otro al 4 %, otro al 21 %) y se marca como de servicio en su ficha. A partir de ahí, para meter una línea de solo texto, se introduce el código de ese artículo y se escribe el texto libre en la línea.

CÓMO VUELVEN DEL SGA

Cuando el SGA devuelve lo que ha recepcionado, el ERP revisa si en el pedido había alguna línea que no se pasó al SGA (las de servicio) y las incorpora al albarán, normalmente como última línea. Así, esas líneas de texto o cargos aparecen en el albarán aunque el almacén no las haya tocado.

9. Meter portes en una entrada y crear la matrícula

Cuando una entrada lleva gastos de transporte, se introducen en la cabecera del albarán para que el sistema los reparta automáticamente sobre el coste de los artículos.

Dónde se hace

Dentro de la entrada de compra (el albarán que ha traído el SGA), en la pestaña de **Datos del transporte**.

Requisito: la matrícula

Lo más importante del transporte es que **es obligatorio rellenar una matrícula**, que representa a la empresa que hace físicamente el transporte. Esto implica tener las matrículas dadas de alta en el sistema.

CÓMO ORGANIZAR LAS MATRÍCULAS

No hace falta meter todas las matrículas reales. Basta con crear **una matrícula por cada agencia de transporte / proveedor** que cobre portes, usando como matrícula el mismo código del proveedor. Así cada matrícula coincide con un proveedor y no hay confusión. A los proveedores que ya incluyen el transporte en el precio no se les crea matrícula, porque no facturan porte aparte.

Crear una matrícula nueva

- 1 Estando dentro de un albarán, en los datos de transporte, introducir el código que se quiere usar como matrícula (por ejemplo, el código del proveedor).
- 2 El sistema avisa de que esa matrícula no existe y pregunta si se quiere crear. Responder que **sí**.
- 3 En la ventana que se abre, rellenar la **matrícula** y la **empresa** a la que pertenece (se busca el tercero / proveedor correspondiente).
- 4 Grabar. La matrícula queda creada y lista para usar.

Datos del transporte a rellenar

Una vez elegida la matrícula, se indica el **tipo de transporte** y una **identificación** del viaje (campo obligatorio). El resto de datos (conductor, origen, kilómetros, pesaje) se pueden omitir.

POR QUÉ ES OBLIGATORIA LA IDENTIFICACIÓN DEL VIAJE

El transporte funciona como un «albarán paralelo» de transporte, con su propia identificación. Cuando la agencia presente su factura mensual con todos los viajes, cada viaje traerá una identificación que permitirá casar la factura con los viajes registrados y comprobar precios. Si no hay una identificación real (por ejemplo, en portes del propio proveedor), se pone el mismo número del albarán y la misma fecha.

Cómo se cobran los portes

Según cómo cobre el transportista, se elige la opción correspondiente: **importe total del porte, importe por kilo o importe por palé**. Si los portes ya estaban incluidos en el precio de la mercancía (pagados), no hace falta rellenar nada de esto.

El reparto de los portes

CÓMO SE REPARTE (AUTOMÁTICO)

Al grabar la entrada, el sistema reparte el importe del porte **proporcionalmente entre las líneas, según el importe de cada una** (no por número de unidades). Por ejemplo, 10 € de porte sobre líneas de 92 €, 42 € y 21 € se reparten dando más porte a la línea de mayor importe. A una línea con importe cero no le toca nada. El reparto es automático: no hay que indicar nada.

IMPORTANTE: LOS PORTES AQUÍ NO SUMAN AL ALBARÁN

Meter los portes en los datos de transporte **no cambia el importe del albarán**: repercute sobre el **coste** de los artículos, no sobre el total de la entrada. Un albarán de 100 € con 10 € de porte sigue mostrando un albarán de 100 €; los 10 € se reflejan en el coste de los productos. El importe de 110 € aparecerá cuando llegue la factura (ver funciones 11 y 12).

REPARTO POR IMPORTE VS. POR VOLUMEN

Por norma general, en todo lo que no sean importaciones el reparto se hace **por importe**. El reparto por volumen se reserva para importaciones (contenedores), donde un artículo barato puede ocupar mucho volumen, y esos casos van por un proceso especial aparte.

SI NO SE QUIERE REPARTIR EL PORTE

Si se quiere que un cargo caiga entero sobre una sola línea en lugar de repartirse, no se mete en los datos de transporte: se añade como una **línea manual** (línea de servicio, ver función 8). Las líneas manuales no reparten nada; todo el importe se queda en esa línea.

10. Crear un albarán de transporte sin factura

Cuando el transporte lo cobra una agencia distinta del proveedor de la mercancía, se genera un albarán de transporte aparte para poder casar después su factura.

NOTA SOBRE EL NOMBRE

El sistema no lo llama literalmente «albarán de transporte», pero funciona como tal: es un albarán paralelo, de transporte y no de compra, que el sistema crea sin que haya que hacer nada especial. Aquí se explica cómo crearlo manualmente cuando hace falta.

Cómo crearlo

- 1 Entrar como si se fuera a **repcionar una factura** (ver función 11), pero **sin indicar ninguna factura**.
- 2 Al no indicar factura, el sistema entiende que no va a contabilizar nada: **desaparecen las pestañas de cabecera de contabilización y de previsión de pagos**, y solo queda la parte para meter los datos del transporte.
- 3 Introducir los datos del albarán de transporte: matrícula, transportista, importe e identificación del viaje.
- 4 Grabar.

Corregir un albarán de transporte ya creado

Si hay que corregir algo, se puede cambiar el **transportista** (por si se eligió mal la matrícula), o los **datos del transporte**. Para cambiar el importe se pulsa **F9** y se introduce el valor correcto (por ejemplo, corregir 150 € por 1.500 € si hubo un error de tecleo). Después se graba.

PARA QUÉ SIRVE ESTE ALBARÁN

Sirve para dejar registrado el viaje de la agencia de transporte antes de que llegue su factura. Cuando la factura llegue, se casará contra este albarán (ver función 11). Como este porte lo cobra una agencia distinta del proveedor de la mercancía, tendrá su propia factura, independiente de la de los artículos.

11. Recepcionar la factura de una agencia de transporte

Cuando llega la factura de la agencia de transporte, se casan sus viajes (albaranes de transporte) contra la factura hasta cuadrar el importe.

Dónde se hace

Se accede desde la [Recepción de facturas](#), o desde la consulta de transportes efectuados. Aparece la lista de viajes registrados de esa agencia en el periodo (por ejemplo, todos los de un mes).

Paso a paso

- 1 Indicar los datos de la factura del transportista: **número de factura y fecha**.
- 2 Indicar el **importe de la factura** (por ejemplo, 153 €, que puede diferir ligeramente del previsto en el albarán).
- 3 Marcar tantos **albaranes de transporte (viajes)** como sean necesarios para llegar al importe de la factura. Se compara la lista de viajes de la agencia con los viajes registrados y se casan uno a uno.
- 4 Cuando lo marcado cuadra con el importe de la factura, grabar.

QUÉ SE ESTÁ HACIENDO

Se enlaza la factura de la agencia con los viajes que realmente hizo, comprobando que los importes coinciden. Cuando hay un solo viaje es inmediato; cuando hay muchos, se van casando hasta cuadrar el total de la factura. Al recepcionar esta factura, el sistema vuelve a repartir el coste del transporte sobre los artículos (ver nota de doble reparto más abajo).

12. Recepcionar la factura del proveedor

Es el paso que cierra el circuito de la compra: se registra la factura del proveedor de la mercancía, se casa con sus albaranes y se corrige el coste real de los artículos.

Dónde se hace

Se accede desde [Compra > Recepción de factura de proveedor](#).

Paso a paso

- 1 Seleccionar el proveedor. El sistema muestra las líneas o albaranes pendientes de recibir factura.
- 2 Indicar primero los **datos de la factura**: número, fecha e importe. (El programa pide los datos de la factura antes de dejar marcar los albaranes.)
- 3 Introducir los conceptos de la factura: **bruto, descuentos, descuento por pronto pago, portes, otros gastos adicionales y gastos financieros**.
- 4 Marcar el albarán o albaranes que pertenecen a esa factura.
- 5 Si al marcarlos queda algo pendiente o no cuadra el importe, el sistema lleva a la pestaña de desglose de albaranes para ajustar las diferencias (ver más abajo).
- 6 Cuando todo cuadra, pulsar **Grabar**. La factura queda recepcionada.

Las casillas de conceptos y las cuentas contables

POR QUÉ HAY CASILLAS SEPARADAS

Portes, descuentos, descuento por pronto pago, gastos y gastos financieros tienen **casillas propias** porque contablemente van a cuentas diferentes (no a la cuenta de compras). El sistema muestra por separado la parte que va a la cuenta de compras, la que va a gastos de transporte, la del IVA y el total del proveedor, que debe ser la suma de todos los detalles.

La factura manda sobre el coste (punto clave)

CONCEPTO FUNDAMENTAL

Cuando el precio de la factura difiere del que traía el albarán, **el albarán se queda como estaba, pero el coste real del artículo se corrige con la factura**. Ejemplo: si en el pedido una botella figuraba a 0,50 € y la factura dice 0,38 €, la entrada de compra seguirá mostrando 0,50 €, pero el **coste del artículo pasará a 0,38 €**, porque manda la factura. Estas diferencias también se reparten sobre el coste de los artículos.

Ajustar diferencias entre albarán y factura

Si el importe de la factura no cuadra con los albaranes marcados, el sistema no deja continuar y lleva al **desglose de líneas de los albaranes**. Ahí, teniendo la factura delante, se corrige el precio de cada línea para que coincida con lo que dice la factura (por ejemplo, cambiar 422,21 € por 427,12 €). Al hacerlo, el coste del producto se actualiza al valor de la factura, sin necesidad de entrar físicamente en el albarán.

DOS FORMAS DE TRABAJAR

Forma A — quien recepciona la factura tiene el albarán y la factura delante y corrige las diferencias en el momento, desde la propia recepción.

Forma B (la del equipo) — quien recepciona la factura no toca precios (no conoce las tarifas). Si algo no cuadra, la factura pasa al departamento de Compras, que revisa las tarifas, habla con el proveedor si hace falta, y **corrige el albarán** para que cuadre con la factura. Después, la factura vuelve a recepcionarse ya cuadrada.

Ambas son válidas; se usa la que encaje con la organización del trabajo. El resultado sobre el coste del artículo es el mismo.

El doble reparto de los portes

POR QUÉ EL PORTE SE REPARTE DOS VECES

El coste del transporte se reparte **dos veces**: una al grabar la entrada (con el importe estimado del porte) y otra al recepcionar la factura (con el importe real). Esto es así porque el importe estimado y el real pueden diferir (por ejemplo, 150 € previstos frente a 153 € reales). En la recepción de la factura, el sistema borra el reparto anterior y lo vuelve a hacer con el importe definitivo, de modo que no se duplica el gasto: se recalcula sobre el mismo porte, dejándolo correcto.

13. Contratos y reservas (importaciones)

Los contratos permiten reservar una cantidad grande de mercancía (por ejemplo, una reserva de importación) y luego ir haciendo pedidos contra esa reserva. Un contrato va siempre asociado a un único proveedor.

AVISO — PARTE DE ESTA SECCIÓN ESTÁ EN DESARROLLO

El manejo básico de contratos (crear, asociar a proveedor, pedir contra el contrato) está operativo. Sin embargo, la **pantalla de consulta de pendiente por contrato** (contrato principal + pedidos hijos con lo pedido y lo recibido) se acordó durante la formación pero **todavía no está desarrollada**. Los pasos de consulta que se describen al final son el comportamiento previsto, pendiente de confirmar en el arranque.

Cómo funciona un contrato

Un contrato es un acuerdo por una cantidad total con un proveedor. Cada pedido que se haga contra ese contrato debe ser **del mismo proveedor**: el sistema no permite usar otro proveedor para un contrato que no es suyo. Al hacer un pedido, si el proveedor tiene un contrato activo, se habilita el campo para indicar a qué contrato pertenece (con **F5** se busca el contrato).

El problema del proveedor desconocido y el «proveedor cero»

POR QUÉ SE USA EL PROVEEDOR CERO

En muchas reservas de importación (tomate, espárrago, etc.) no se conoce todavía qué proveedor va a servir la mercancía; la asignación puede tardar meses. Para poder registrar la reserva desde el principio, se crea el contrato con un **proveedor genérico («proveedor cero» / el grupo)** mientras no se conoce el proveedor definitivo.

Crear el contrato inicial (proveedor cero)

- 1 Crear el contrato asociado al proveedor genérico (proveedor cero / grupo), en el centro correspondiente (por ejemplo, Trapiche).
- 2 Introducir los artículos de la reserva con sus cantidades (por ejemplo, 50.000 latas de tomate triturado). El precio se conocerá cuando se cierre el contrato con el proveedor real.
- 3 Identificar el contrato con el nombre del producto (ver más abajo) para poder reconocerlo fácilmente.

Identificar el contrato con el producto

RECOMENDACIÓN ACORDADA

Como el número de contrato es solo numérico, para saber a qué producto corresponde (tomate, espárrago, alcachofa...) se usa el campo de **identificación / agente responsable** del contrato, escribiendo ahí el nombre del producto. Se reserva el campo de **observaciones** para notas más largas (condiciones, plazos, «no pedir hasta marzo», etc.). El sistema mostrará el nombre del producto como columna a la vista al buscar el contrato, sin tener que ir mirando cada uno.

Cuando se asignan los proveedores reales: contratos hijos

- 1 Cuando se conoce qué proveedores van a servir la reserva, se **cierra el contrato original** del proveedor cero.
- 2 Se crean **tantos contratos nuevos como proveedores**, cada uno con su cantidad y su proveedor real (por ejemplo: de 50.000 latas, 20.000 a un proveedor, 18.000 a otro y 12.000 a otro).
- 3 A partir de ahí, se hacen los pedidos contra cada contrato nuevo, pidiendo a cada proveedor según convenga.

EJEMPLO DE REPARTO

Un contrato de 1.000.000 de kilos de tomate del que ya se asignan 80.000 a un proveedor: se cambia el contrato original de 1.000.000 a 920.000 y se crea un contrato nuevo de 80.000. Así se sabe que del millón quedan 920.000 pendientes de asignar. Nota: los contratos nuevos **no son «hijos» técnicos** del original; son contratos directos e independientes, cada uno con su propio pendiente.

UN MISMO ARTÍCULO EN DOS CONTRATOS

Puede darse que un mismo artículo se reparta entre dos contratos de la misma reserva (por ejemplo, tomate triturado: una parte con un proveedor y otra con otro, porque uno no tenía producción suficiente). El sistema debe contemplar este caso y permitir consultar el pendiente sumando los dos contratos.

Cerrar contratos

Para anular un contrato del proveedor cero, en lugar de eliminarlo se **cierra** (queda en gris claro), de modo que se pueda seguir consultando pero no quede pendiente. **No se puede cerrar un contrato si tiene pedidos abiertos.** Recuerde que, si el contrato se había sincronizado con el SGA a través de un pedido, ese pedido debe borrarse también en el SGA.

Consulta de pendiente por contrato (previsto — en desarrollo)

COMPORTAMIENTO PREVISTO, AÚN NO DISPONIBLE

La idea acordada es que, al situarse sobre un artículo que pertenece a un contrato y pulsar la tecla de **pendiente de recibir**, en lugar de la consulta normal se abra una pantalla que muestre:

- El **contrato principal** con sus cantidades totales.
- Todos los **pedidos de ese contrato**, con lo que se ha pedido y lo que ya ha llegado en cada uno.

Así se conocería el pendiente tanto a nivel de contrato como a nivel de pedido. En el caso de un artículo repartido en dos contratos, la pantalla mostraría los contratos que participan y, al pinchar en cada uno, su desglose, con la **suma del pendiente de los dos contratos** menos lo que ha entrado. Está pendiente de desarrollo y de confirmar en el arranque; hasta entonces, el control de pendiente se sigue llevando como hasta ahora.

Provisión de fondos en importaciones

NOTA INFORMATIVA

En las reservas de importación, la agencia envía una **provisión de fondos** con una estimación (coste en origen según el cambio del dólar, gastos de aduana, gastos hasta el puerto). Esa provisión **nunca coincide exactamente** con la factura final. Las facturas de la agencia se gestionan aparte y repercuten solo sobre el coste del producto. Este circuito lo lleva el personal encargado de importaciones.

LOS PEDIDOS DE UNA RESERVA SE HACEN A MANO, NO DESDE NECESIDADES DE COMPRA

Al generar un pedido desde **necesidades de compra**, el sistema mira el **proveedor** y coge el precio de **su tarifa**, no el de la reserva. Por eso, si se genera así, saldrá el precio de tarifa (no el pactado en el contrato) y además el campo del contrato queda deshabilitado. Para que el pedido vaya realmente contra la reserva y con su precio, hay que hacerlo **a mano** desde [Compras > Mantenimiento de pedidos](#), indicando la reserva.

CÓMO SE HACE UN PEDIDO CONTRA LA RESERVA

- 1 En mantenimiento de pedidos, pulsar **Insert** y elegir el **proveedor** de la reserva.
- 2 La **fecha del pedido debe ser igual o posterior** a la fecha del contrato. Si es anterior, el sistema no deja referirlo a la reserva (el contrato «todavía no existía» a esa fecha).
- 3 Al indicar el **contrato/reserva**, el sistema trae la línea del artículo reservado con el **precio de la reserva** (no el de la tarifa).
- 4 Se indica la cantidad a pedir (de las 15.000 reservadas, por ejemplo, se piden 5.000).
- 5 Grabar. El pedido queda vinculado a la reserva.

POR QUÉ NO SE PUEDEN MEZCLAR EN UN MISMO PEDIDO ARTÍCULOS DE RESERVA Y DE FUERA DE RESERVA... CON MATICES

La reserva se aplica **a nivel de documento**, no de línea: todo el pedido queda referido a esa reserva. Se pueden añadir en el mismo pedido artículos que **no** estén en el contrato (por ejemplo, para completar un camión y aprovechar los portes): esos artículos simplemente **no aparecerán en verde** y no cuentan como reserva, pero sí quedan como pendientes de recibir de ese pedido. Lo que **no** se debe hacer es generar el pedido desde necesidades de compra y luego intentar asignarle la reserva: al pasar por el campo del contrato, el sistema **borra todas las líneas** y las sustituye por la del contrato entero. Por eso ese campo aparece deshabilitado al entrar a modificar.

EN LA PRÁCTICA: CONSULTAR EN NECESIDADES, TECLEAR EN EL PEDIDO MANUAL

Como el cálculo de qué hace falta se ve en necesidades de compra pero el pedido debe hacerse a mano, la forma de trabajar es tener **las dos pantallas abiertas**: se consulta en necesidades de compra qué y cuánto pedir, y se va tecleando en el pedido manual contra la reserva.

Pendiente de recibir de un contrato

EL PENDIENTE SE LLEVA A NIVEL DE CONTRATO, NO DE PEDIDO

Desde necesidades de compra, al posicionarse en un artículo con reserva (aparece en **verde**) y pulsar en **pendiente de recibir**, el sistema muestra el desglose: de qué reserva viene, la cantidad total reservada y lo ya recibido. El pendiente que se ve arriba es siempre **respecto al contrato entero**, sumando todos sus pedidos y entradas. Si un pedido de la reserva se cierra habiendo recibido menos de lo pedido, ese pedido marca cero pendiente, pero **al contrato todavía le falta** esa cantidad por recibir.

EL CONTRATO NO SE CIERRA SOLO

Aunque se reciba la totalidad de lo reservado, el contrato **no se cierra automáticamente**: se cierra a mano. El motivo es que el proveedor puede mandar más mercancía de la reservada, y hay que permitirlo. Los **pedidos** normales sí se cierran al recibir su totalidad (o los cierra el SGA si así está configurado), pero el **contrato** lo cierra el usuario cuando da por terminada la reserva.

CONSEJO: EL NÚMERO DE CONTRATO, EN LA PRIMERA LÍNEA DE OBSERVACIONES

Cuando el proveedor confirma el **número de contrato** de una importación (que a veces llega semanas después de la reserva inicial), conviene ponerlo como **primera línea de las observaciones**. Así, al consultar las reservas, se ve de un vistazo a qué contrato corresponde cada una sin tener que abrirlas una a una. La identificación de la reserva puede llevar el alimento (por ejemplo, «reserva tomate») y las observaciones el número de contrato.

14. Crear y configurar la ficha del proveedor

La ficha del proveedor guarda todos los datos de a quién se le compra: identificación fiscal, condiciones de pago, descuentos, portes, tarifa de compra e incidencias. Es la base sobre la que funcionan los pedidos, las entradas y las facturas de compra.

Dónde se hace

Se accede desde **Base de datos > Proveedores**. También se puede abrir la ficha desde casi cualquier pantalla con la tecla **F3**, que abre un menú de consulta y mantenimiento.

LA TECLA F3: UN MENÚ DE AYUDA DESDE CUALQUIER SITIO

La tecla **F3** abre un menú adicional de consulta que está disponible en todo el programa (es personalizable por usuario). Se divide en dos partes: desde el principio hasta donde pone «**Mantenimientos**» es **solo consulta** (ver, sin modificar); desde «Mantenimientos» hasta el final se puede además **crear y modificar**. Para editar la ficha de un proveedor se entra por la parte de mantenimiento.

Crear un proveedor nuevo

Se pulsa el botón de **Nuevo** (o **Insert**) y se van rellenando los campos. Para modificar uno existente, se usa **Editar**.

IDENTIFICACIÓN

Datos de identificación

CUENTA CONTABLE (IDENTIFICADOR ÚNICO)

El primer campo es la **cuenta contable** del proveedor, y es **fundamental y único**: no puede haber dos proveedores con la misma cuenta contable. En este sistema, un proveedor **es** una cuenta contable (no un simple número de proveedor como en el sistema antiguo). Aunque en pantalla se vea separada por niveles para facilitar la lectura, internamente es un único número.

IDENTIFICACIÓN FISCAL

Se indica el tipo de identificación (de España, de la Unión Europea, o del resto) y debe ser **coherente**: si se marca que es de España, el NIF ha de ser español, no un pasaporte ni un identificador extranjero.

EL NIF, SIEMPRE SIN ESPACIOS NI GUIONES

El número de identificación fiscal debe escribirse **sin espacios, sin guiones y sin puntos**, todo seguido (con la letra al principio o al final, según corresponda). Al sistema le da igual para trabajar, pero **de cara a la presentación de impuestos sí importa**: si no está bien escrito, la Agencia Tributaria puede rechazar la declaración. Por eso conviene ponerlo correctamente desde el principio.

NOMBRE FISCAL Y NOMBRE COMERCIAL

Como en la ficha de cliente, se rellenan el nombre fiscal (razón social) y el nombre comercial. Conviene revisar que no estén invertidos (que el comercial no esté puesto donde va el fiscal y viceversa).

LA FECHA DE PRECIOS (APARECE EN TODAS LAS FICHAS)

En la ficha del proveedor —igual que en la del artículo— hay una **fecha de referencia de precios**. En este sistema **todos los precios van siempre acompañados de una fecha**. Esa fecha indica a qué momento se quieren ver los precios de la pestaña de tarifa de compra. Por defecto, al entrar se pone la **fecha del día**, para ver los precios actualizados; pero se puede poner una fecha pasada para consultar qué precios había entonces (por ejemplo, ver la tarifa que estaba vigente en mayo de un año anterior).

BLOQUEO

Bloquear un proveedor

Un proveedor con el que ha habido pedidos, entradas o albaranes **no se puede borrar** (se perdería esa información histórica). Cuando ya no se quiere seguir trabajando con él, en vez de borrarlo se **bloquea**, y se puede indicar una **fecha** a partir de la cual queda bloqueado.

OJO: NO BLOQUEAR SI AÚN QUEDAN FACTURAS POR RECIBIR

Al bloquear un proveedor ya no se le podrán hacer pedidos, recepciones de mercancía ni recepciones de factura. Por eso, si todavía queda **alguna factura pendiente de recibir** de ese proveedor, **no se debe bloquear** hasta haberla recepcionado.

CONTACTO

Direcciones, comunicaciones y contactos

Se rellenan los datos fiscales, teléfonos, correos electrónicos y, si tiene, una dirección web (por ejemplo, la web desde la que se descargan sus tarifas). Cuanta más información se guarde del proveedor, mejor.

CORREOS Y CONTACTOS (PARA ENVIAR LOS PEDIDOS)

El correo es especialmente importante, porque cuando se manda un pedido al proveedor desde el sistema, por defecto se envía al **correo de la primera línea** de la ficha. En la pestaña de **contactos** se pueden registrar varias personas con su nombre, su área y su correo (por ejemplo, un contacto de «compras», otro de «calidad»...), de modo que al enviar un correo se pueda elegir el destinatario adecuado con el botón «Para». El manejo del envío por correo se explica en el anexo «Imprimir, exportar y enviar documentos por correo».

CONDICIONES

Forma de pago, descuentos y portes

FORMA DE PAGO

Se puede trabajar con un proveedor sin haber pactado aún la forma de pago (se puede dejar en blanco). Cuando se conozca, se entra a **editar** la ficha y se rellena. Se indica con su código (o se busca con **F5**). Si hay un banco fijo con el que se paga a ese proveedor, se puede asociar dentro de la forma de pago.

DESCUENTOS GENERALES Y PRONTO PAGO

DESCUENTOS QUE SE APLICAN AL PIE, SOBRE EL TOTAL

La ficha tiene dos campos de **descuento general** y uno de **descuento por pronto pago**. Son descuentos que se aplican **al pie** (sobre el total de la factura), independientemente de lo que se compre: «le compre lo que le compre, me hace un 5 %». Si un proveedor hace un descuento fijo por comprarle (un acuerdo comercial), se pone aquí y se aplicará a todo.

EL PRONTO PAGO SOLO SE APLICA AL LLEGAR LA FACTURA

Es fundamental entender que el descuento por **pronto pago** (y los descuentos generales de pie) **no se ven al hacer el pedido ni el albarán**: solo se aplican **al llegar la factura**. Por eso, si un proveedor hace descuento por pronto pago, hay que tenerlo puesto en estos campos de la ficha para que se aplique en la recepción de la factura.

PORTES

Si un proveedor cobra los portes de una forma especial (un cargo por porte fijo, un importe por factura, o portes incluidos en el precio), se puede configurar aquí: indicar si van incluidos, si se

cobran a partir de cierto importe de pedido, y hasta qué importe no se cobran. Así, al hacer la entrada, el sistema ya sabe cómo tratar el porte de ese proveedor.

RAPPELES: PENDIENTE DE CONFIRMAR

Para los **rappeles** (descuentos por volumen que el proveedor liquida por un periodo, no factura a factura) está prevista una **plantilla de compras** con sus condiciones, marcando que el proveedor tiene ese acuerdo. Esta parte está **en desarrollo / pendiente de confirmar**. Mientras tanto, un descuento fijo que se aplique en cada factura sí se puede poner en los descuentos generales.

CONTABLE

Datos contables y de compra

CÓDIGO COMO CLIENTE (COMPENSACIÓN DE DEUDAS)

Si un proveedor es a la vez **cliente** (se le compra y se le vende), aquí se indica su cuenta contable de cliente. Esto permite, cuando llegue el momento, hacer la **compensación de deudas**: casar lo que se le debe con lo que él debe.

SERIE POR DEFECTO

La serie con la que se numeran por defecto sus documentos de compra. Se puede dejar la serie general, o usar series distintas (por ejemplo, separar proveedores nacionales de europeos) si interesa por algún motivo fiscal o de organización.

CENTRO CONTABLE

Igual que en ventas, la compra a ese proveedor puede imputarse a un **centro contable** (Trapiche, Central...). Así, la cuenta del grupo 6 (compras) se reparte por centros y se puede sacar la cuenta de explotación por centro. Si un proveedor siempre trae la mercancía a un centro concreto, se le puede asignar por defecto.

DÍAS EN SERVIR

Se puede indicar cuántos **días tarda de media** ese proveedor en servir. Es un dato general del proveedor (a nivel de artículo se puede afinar en la tarifa de compra). Sirve para las previsiones de cuándo hay que comprar.

IVA E IRPF

Se indica el tipo de IVA que corresponde por defecto (coherente con la identificación fiscal) para las facturas de servicios, y, si el proveedor tiene retención, se marca **IRPF** con su porcentaje. También se puede indicar la cuenta de gasto por defecto de ese proveedor para las facturas de gasto.

CLASIFICAR

Clasificación de proveedores

Igual que los clientes tienen una clasificación, se puede crear una **clasificación de proveedores** (por ejemplo, poniéndoles una «P» delante para distinguirlos) para poder sacar después estadísticas: «dame las compras del mes de los proveedores de esta clasificación».

CADENA COMERCIAL DE PROVEEDORES: PENDIENTE DE CONFIRMAR

Para agrupar proveedores que pertenecen a un mismo grupo (como las cadenas comerciales de clientes) se está valorando usar la **cadena comercial** también para proveedores, o bien una clasificación. Queda **pendiente de confirmar** cómo se hará.

INCIDENCIAS

Incidencias del proveedor

Como en la ficha de cliente, se pueden registrar **incidencias** del proveedor: cualquier cosa que interese anotar para analizar después (mercancía que llega rota, palés rotos, recibos devueltos, comercial que no viene, pedir la tarifa este mes...). Se crea con **Nuevo**, se pone la fecha de inicio y, cuando se resuelve, se pone la fecha de cierre. Se pueden adjuntar fotos o PDF.

INCIDENCIAS DE TIPO «AVISO»

Hay un tipo de incidencia con marca de **aviso**: mientras esté abierta (sin fecha de cierre), cada vez que se use ese proveedor para cualquier cosa (una consulta, un pedido, un listado) **salta un mensaje en pantalla**. Deja de saltar en cuanto se le pone fecha de cierre. Sirve para advertencias que conviene ver siempre al trabajar con ese proveedor.

TARIFA

Pestaña de tarifa de compra

La pestaña de **tarifa de compra** muestra todos los artículos que se le pueden comprar a ese proveedor, con sus condiciones a la fecha indicada arriba. Para cada artículo se ve: la **referencia del proveedor** (cómo llama él a ese artículo), el **precio bruto**, los **descuentos**, el **precio neto** resultante y la fecha.

POR QUÉ IMPORTA LA REFERENCIA DEL PROVEEDOR

La referencia que el proveedor usa para sus productos es útil porque, al mandarle un pedido, en el PDF puede aparecer **su referencia** (además de la nuestra o en lugar de ella), para que no se equivoque al preparar el pedido.

METER O CAMBIAR UNA TARIFA A MANO

Cuando un proveedor no manda un Excel para importar (ver la función siguiente), sus precios se meten a mano aquí. Es también el sitio para meter muchos artículos de un mismo proveedor de golpe (más cómodo que entrar artículo por artículo). Se pulsa **Insert** para una línea nueva, se busca el artículo (con **F5** o escribiendo parte del nombre), se indica la **fecha de entrada en vigor**, la referencia del proveedor, el precio y los descuentos.

INSERT (GUARDA HISTÓRICO) FRENTE A ENTER (SOLO CAMBIA)

Al actualizar el precio de un artículo que ya tiene tarifa, hay dos opciones:

- **Insert** — crea un **registro nuevo con su fecha**, conservando el histórico de precios anteriores. Es lo más recomendable: mantiene toda la evolución de precios.
- **Enter** — **cambia el precio** sin guardar la fecha anterior (se pierde el histórico de ese cambio).

Al terminar de meter los descuentos de una línea, se pulsa **Esc** (fin de condiciones).

PRECIOS ESCALADOS (POR TRAMOS DE CANTIDAD)

QUÉ SON LOS PRECIOS ESCALADOS

Un artículo puede tener precios **escalados**: distintos precios según la cantidad que se compre (por ejemplo, de 1 a 5 unidades un precio, de 6 a 10 otro, más de 10 otro). Esto se activa en la ficha del artículo indicando que sus precios «van escalados»; entonces, al meter la tarifa, se pueden rellenar los tramos. Si el artículo no es escalado, el precio es único.

DESCUENTOS CON FECHA DE CADUCIDAD: PENDIENTE DE CONFIRMAR

La tarifa de compra rige desde su fecha de entrada en vigor hasta que haya una tarifa posterior. Para un **descuento puntual que caduque en una fecha concreta** (por ejemplo, un descuento válido solo dos meses) no hay sitio en la tarifa de compra: quedaría **pendiente de confirmar** en qué parte del sistema se gestionará.

AL CREAR UN PROVEEDOR, SE SINCRONIZA CON EL SGA

Cuando el sistema esté en marcha, al grabar un proveedor nuevo este se **sincroniza con el SGA** (el almacén), para que se puedan empezar a recibir los pedidos que se le hagan sin problema.

CONTRIBUCIONES: ACUERDOS DE MARGEN POR ARTÍCULO Y PROVEEDOR

Existe una pantalla en **Stock > Compras > Contribuciones** donde se registran los **acuerdos de contribución** con proveedores: compromisos de un margen mínimo garantizado sobre un artículo (por ejemplo, un 12 % de margen de venta sobre la mantequilla de un proveedor concreto). Se puede definir la contribución como un **importe unitario** o como un **porcentaje sobre el margen de venta**. El acuerdo puede ser **para todos los clientes** o para un **cliente concreto**. Cuando exista uno de estos acuerdos, se configura aquí para que quede documentado y se pueda analizar el cumplimiento.

VER LA DEUDA DEL PROVEEDOR

El estado de la deuda con un proveedor (lo pendiente de pago, la antigüedad) no se ve desde la ficha, sino desde la **cartera de pago** (en la parte de contabilidad/cartera), donde se ve el conjunto de documentos y lo pendiente con ese proveedor.

ACTUALIZAR LA TARIFA DE COMPRA AL RECEPCIONAR (PENDIENTE DE CONFIRMAR)

Está prevista una **casilla en la ficha del proveedor** del tipo «actualizar la tarifa de compra automáticamente en cada entrada». Si está marcada, cuando se recepcione una entrada de ese proveedor (al darle a grabar en el programa de compras, no en el SGA), el sistema **guardará en la tarifa de compra** los artículos que han entrado, con el precio al que entraron y la fecha de la entrada. Así, el siguiente pedido a ese proveedor ya tira de esa tarifa. Si el proveedor no tiene la casilla, no se actualiza nada. Alternativamente, el sistema puede **preguntar** en cada entrada si se quiere actualizar la tarifa. Esta función está **en desarrollo / pendiente de confirmar**.

ACTUALIZACIÓN AUTOMÁTICA DE PRECIOS DE VENTA AL COMPRAR (PENDIENTE)

Otra petición del equipo es que, al entrar una compra con un precio distinto al anterior, el sistema **recalcule automáticamente los precios de venta** respetando el margen. De momento **no se hará automático**: los precios de venta se recalculan a mano con la herramienta de marginación (ver función 15). Queda como desarrollo futuro.

ORIGEN

Origen del artículo (Central / Trapiche / Proveedor)

Cada artículo tiene un **origen** que indica de dónde se surte: **C** (Central), **T** (Trapiche) o **P** (Proveedor directo). Se ve y se cambia en la ficha del artículo, pestaña de **datos de compra**.

CAMBIAR EL ORIGEN DE MUCHOS ARTÍCULOS A LA VEZ

Para cambiar el origen de varios artículos de golpe se usa [Logística > Asistentes > Origen de artículo](#). Se elige el proveedor, se quita la marca de «solo favorito», se pulsa **traer datos** y aparece la lista de sus artículos con su origen. Se puede asignar un origen a todos a la vez, o cambiar solo algunos (haciendo doble clic sobre la letra de origen de cada línea). El objetivo es que cada artículo quede correctamente como **C**, **T** o **P**.

LA LETRA «P»: PENDIENTE DE DEPURAR

El origen **P** (proveedor) se está deduciendo automáticamente en la migración, pero puede haber sorpresas: conviene revisar y dejar cada artículo en **C** o **T** donde corresponda. Queda como tarea de depuración durante el arranque.

15. Importar tarifas de proveedor desde Excel

En lugar de teclear los precios uno a uno, si el proveedor manda su tarifa en un Excel se puede importar entera en menos de un minuto. El sistema lee el fichero, empareja cada artículo con el nuestro y actualiza la tarifa de compra con fecha de entrada en vigor.

Dónde se hace

Se accede desde **Utilidades > Importación tarifa de Excel**. (El menú incluye «y actualización de tarifas de venta», pero para importar solo interesa la primera parte.)

FÍJATE EN EL NOMBRE DEL MENÚ, NO EN EL NÚMERO

Conviene localizar la opción por su **nombre** («Importación tarifa de Excel»), no por el número que tenga en el menú, porque los menús pueden reordenarse y son personalizables por usuario.

PASO 1 Elegir proveedor y fichero

- 1 El sistema pregunta primero **de qué proveedor** es la tarifa que se va a importar. Se elige el proveedor.
- 2 Después pide **dónde está el fichero Excel**. Con el botón de los **tres puntos** se abre el explorador de Windows para buscarlo donde se haya guardado.

PASO 2 Indicar filas y hoja

Se indica **entre qué fila y qué fila** están los datos a importar (por ejemplo, de la fila 8 a la 411) y el **número de hoja** del Excel (normalmente la 1; si el libro tiene varias hojas, se cuenta 1, 2, 3... de izquierda a derecha).

TRUCO PARA SABER LA ÚLTIMA FILA

Situándose en la primera fila con datos y pulsando **Ctrl + Fin**, Excel salta a la última fila con contenido: así se sabe hasta dónde llega la tarifa.

PASO 3 Mapear las columnas

Este es el paso central: hay que decirle al sistema, **para cada dato, en qué columna del Excel está**. Y aquí las columnas **no se indican con letra sino con número**: la A es la 1, la B es la 2, la C es la 3, etc. (es como el juego de los barquitos).

QUÉ DATOS SE PUEDEN MAPEAR

Se indica la columna de: **referencia del proveedor**, **precio de costo**, **código de barras**, **porcentaje de descuento** (hasta dos), **unidad-precio** (para cuántas unidades es ese precio), **unidades mínimas** de pedido, **días en servir** y **descripción del artículo**. Se rellena solo lo que ese proveedor incluya en su Excel: unos mandan mucha información y otros solo un código y un precio.

EN EL EXCEL, CADA DATO TIENE QUE TENER SENTIDO

Lo que se mapee tiene que ser coherente con el campo: en «referencia» tiene que ir un código, no el nombre del artículo; en «precio» tiene que ir un número (0,98), no «lata de 4 kilos». Si en una columna hay texto donde se espera un número, no servirá.

EL DESCUENTO: TRES SITUACIONES DISTINTAS

CÓMO TRATAR LOS DESCUENTOS AL IMPORTAR

- **Columna de descuento con valores distintos** por artículo (5 %, 10 %, 4 %...): se mapea esa columna, porque cada artículo lleva su descuento.
- **Columna de descuento con el mismo valor** en todos: no hace falta mapearla; es lo mismo que ponerlo una vez en la **ficha del proveedor** (descuento general), y se aplicará a todo.
- **Descuento manual** en la importación: se aplica **a todas las líneas** que se importen por igual. Ojo: si se pone descuento manual, no se pueden usar además las columnas de descuento del Excel (una cosa o la otra).

Y si además del descuento por artículo se ha pactado un descuento general con el proveedor, se mapea la columna del descuento por artículo **y** se pone el general en la ficha del proveedor: se aplicarán los dos.

CREAR UNA COLUMNA NUEVA EN EL EXCEL CUANDO HAGA FALTA

Si el precio viene por unidad de medida que no coincide con la de venta (por ejemplo, precio por litro pero se vende la garrafa de 5 litros, o precio por kilo), se puede **crear una columna nueva** en el Excel con una fórmula (multiplicando el precio por los litros o las unidades) y mapear esa columna. El Excel es propio, así que se puede preparar como convenga; solo hay que acordarse de **grabarlo** antes de importar.

PASO 4

Fecha de vigor y cómo enlazar

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR

Se indica **a partir de qué fecha** son válidos esos precios. Esto genera una **tarifa a futuro**: hasta que llegue ese día siguen rigiendo los precios anteriores, y a partir de esa fecha rigen los nuevos. (Conecta con lo explicado en la función de propuestas: las tarifas con fecha futura evitan la antigua «compra ficticia».)

POR QUÉ CAMPO SE ENLAZA

LA CLAVE PARA EMPAREJAR LOS ARTÍCULOS

El sistema necesita una **correspondencia** entre un campo del Excel y un campo nuestro para saber que «la patata paja» del proveedor es tal artículo nuestro. Se elige enlazar por **código de barras** o por **referencia del proveedor** (la que se tenga guardada). Cada proveedor referencia a su manera, así que se elige el campo que corresponda en cada caso.

SI NO ENCUENTRA LA CORRESPONDENCIA, SE LO SALTA

Si el sistema no encuentra el artículo por el campo elegido (por ejemplo, porque ese código de barras no está guardado en nuestra ficha), **no crea nada ni actualiza nada**: se salta esa línea. Por eso es importante elegir bien el campo de enlace y tener esos códigos guardados.

PASO 5

Leer, comprobar e importar

- 1 Se pulsa el botón de **leer los datos del proveedor**. El sistema informa de cuántos registros ha sido capaz de leer (esto solo trae los datos, todavía no actualiza).
- 2 **Comprobar dos o tres artículos**: coger uno del principio, uno del medio y uno del final, buscarlos en el Excel por su referencia o código de barras y verificar que el precio leído coincide. No hace falta revisarlos todos.
- 3 Si está bien, se pulsa **Importar tarifa**. El sistema recorre los datos y, para cada artículo que encuentra por el campo de enlace, genera o actualiza la tarifa. Los que no encuentra, los omite.

COMPROBAR QUE SE IMPORTÓ: LA FECHA DE PRECIOS

Para verificar el resultado se va a la **ficha del proveedor ► tarifa de compra** y se pone en la fecha de precios la **misma fecha de entrada en vigor** que se usó al importar (o una posterior). Recuerda que por defecto la ficha muestra la fecha del día: si la tarifa entra en vigor más adelante, a fecha de hoy todavía no se verá. Los artículos que sigan con la fecha antigua (no la de la importación) son los que **no se pudieron actualizar**: conviene investigar por qué (o no estaban en la tarifa, o el código/referencia no coincide).

PROBLEMA FRECUENTE: EL PUNTO Y LA COMA DE LOS DECIMALES

Si los precios se importan como cero o mal, casi siempre es la **configuración regional de Windows**: el sistema necesita la **coma** como separador decimal. Si el Excel trae los números con **punto**, el sistema no los entiende como precio. Hay que ajustar la configuración de números del equipo (no es la sección «región» sin más; es la configuración de formato de números) para que use coma. Es un ajuste del puesto que a veces requiere ayuda de informática.

AJUSTES

Retocar un artículo tras importar

Si un artículo concreto tiene una condición especial que no venía en el Excel (por ejemplo, un descuento pactado aparte), se entra en la **ficha del proveedor ► tarifa de compra**, se busca ese artículo, se pulsa **Enter** para modificarlo y, al salir del precio, se añade el descuento (en porcentaje o en importe, y se pueden encadenar varios: un 4 % + un 2 %). Se cierra con **Esc**.

Marginar los precios de venta desde el coste

Una vez actualizada la tarifa de compra, el mismo tipo de herramienta permite **recalcular los precios de venta** a partir del coste, aplicando los márgenes. Es la parte de «actualización de tarifas de venta».

QUÉ COSTE SE USA COMO PARTIDA

Se elige el **coste de referencia** sobre el que marginar: precio de reposición, bruto o neto de la última compra, o precio medio. Importa la distinción: si solo se ha importado la tarifa pero **todavía no se ha comprado** a esos precios nuevos, hay que usar el **precio neto de reposición** (el de la tarifa), porque los de «última compra» aún no reflejan el precio nuevo. Cuando ya se haya comprado a la tarifa nueva, se puede marginar sobre el precio de **última compra**.

TARIFA (LO QUE DICE EL PROVEEDOR) FRENTE A COMPRA (LO QUE SE PAGÓ)

No son lo mismo. La **tarifa** es el precio que el proveedor dice que cuesta; la **compra** es lo que realmente se pagó en la última entrada (que pudo ser distinto). El histórico de tarifas y el histórico de compras son dos consultas diferentes.

RECALCULAR ARTÍCULO POR ARTÍCULO

- 1 Se filtra por proveedor y se listan los artículos con su coste.
- 2 Situándose en un artículo, se pulsa **Enter** y se indica el **próximo costo**. El sistema **recalcula automáticamente los precios de venta** de las tarifas según los **márgenes** ya establecidos para ese artículo (mantiene el margen y cambia el precio).
- 3 Se puede además cambiar el **margen** ahí mismo si se quiere (por ejemplo, pasar de un 17 % a un 20 %), o **redondear** el precio de venta a gusto, sin tener que entrar en la ficha del artículo.
- 4 Al terminar de marcar los artículos, se pulsa **Esc** y se indica la **fecha de entrada en vigor** de esos nuevos precios de venta. Hay que **grabar** para que se apliquen.

LA HERRAMIENTA RECALCULA, PERO GRABAR ES MANUAL

Los precios de venta no cambian solos al cambiar el coste: esta herramienta los **recalcula** respetando el margen, pero es el usuario quien decide y **graba** los nuevos precios con su fecha. Afecta a las tarifas 1 a 5; las tarifas de comerciales se ajustan en la ficha de cada artículo.

VOLVER A MARGINAR CON LA MISMA FECHA PISA LO ANTERIOR

Si al marginar uno se equivoca y vuelve a hacerlo con la **misma fecha** de entrada en vigor, el nuevo cálculo **sustituye** al anterior (no crea uno nuevo): a esa fecha, si ya existe un registro, se actualiza; si no existe, se crea.

CONSULTA

Ver la evolución de precios

CÓMO VER CÓMO HA CAMBIADO EL PRECIO DE UN ARTÍCULO

Para ver la evolución de precios de un proveedor hay un programa de consulta: situándose sobre la línea de un artículo (por ejemplo, en un pedido) y pidiendo la **evolución de la tarifa**, se ve cómo han ido cambiando los precios de ese artículo y proveedor, de la fecha más reciente a la más antigua. Es la forma correcta de comparar si un precio ha subido o bajado, sin tener que crear entradas ficticias.

CAMBIAR EL MARGEN DE UN ARTÍCULO PUNTUAL

Si hay que cambiar rápidamente el margen o el precio de venta de un solo artículo, se va a **Base de datos ▶ Artículos**, se busca el artículo (por su referencia) y se entra en la pestaña de **tarifa de venta**. Ahí, con **Insert** (para guardar histórico con su fecha) se cambia el margen o el precio de la tarifa que corresponda, y se graba.

INSERT TAMBIÉN AQUÍ, PARA NO PERDER EL HISTÓRICO

Igual que en la tarifa de compra: al cambiar la tarifa de venta de un artículo conviene usar **Insert** (crea registro con fecha y conserva la evolución) en lugar de **Enter** (cambia el precio pero pierde el histórico de ese cambio).

PARTE II

Ventas

16. Crear grupos de clientes y d... · 17. Asignar un grupo a un client... · 18. Niveles de promoción: artícu... ·
19. Tipos de descuento y promoci... · 20. Cómo meter los grupos en la ... · 21. Consultar documentos de
vent... · 22. Crear un presupuesto de vent... · 23. Facturar albaranes de venta ...

16. Crear grupos de clientes y de artículos

Los grupos de clientes y de artículos son la base sobre la que se aplican los descuentos y las promociones. Antes de poder hacer una promoción hay que tener creados estos grupos.

Dónde se hace

Se accede desde la zona de **Base de datos / tablas auxiliares ▶ Facturación ▶ Descuentos ▶ Grupo de cliente y Grupo de artículo**.

ruta a confirmar

El recorrido exacto del menú está tomado de los apuntes de la formación; conviene contrastar el literal con el sistema real durante el arranque.

Crear un grupo de artículos

- 1 Pulsar **Nuevo**.
- 2 Introducir el **identificador** del grupo (7 caracteres).
- 3 Introducir la **descripción** del grupo.
- 4 Grabar.

Crear un grupo de clientes

Se realizan las **mismas operaciones** que para el grupo de artículos, pero sobre clientes: Nuevo, identificador, descripción y grabar.

importante: aquí solo se crean los grupos

En esta pantalla **solo se crean los grupos, no se rellenan**. Es decir, se da de alta el grupo (su identificador y su descripción), pero los clientes o artículos concretos que pertenecen a cada grupo **no se asignan aquí**: la asignación se hace después, desde la ficha de cada cliente o de cada artículo (ver función 17).

17. Asignar un grupo a un cliente y a un artículo

Una vez creados los grupos, se asigna cada cliente y cada artículo a su grupo correspondiente. Esta asignación es la que permite que luego los descuentos y promociones se apliquen a quien corresponde.

Asignar un grupo a un cliente

La asignación se hace desde la **ficha del cliente**, en el apartado **Ventas** ► ... ► **Descuentos (Dto.)**, donde se indica el grupo de descuentos al que pertenece el cliente.

Asignar un grupo a un artículo

1 **Buscar el artículo.**

2 Abrir la **ficha del artículo**.

3 Ir a **Datos de ventas**.

4 Situarse en el campo **Grupo para descuentos**.

5 Pulsar **F5** para desplegar la lista de grupos.

6 **Elegir** el grupo correspondiente.

7 **Grabar**.

QUÉ SE ESTÁ HACIENDO

Se vincula el cliente (o el artículo) a un grupo. A partir de ese momento, cualquier descuento o promoción definida para ese grupo se aplicará automáticamente a este cliente o artículo, sin tener que configurarlo uno a uno.

18. Niveles de promoción: artículo, cliente y entorno

Antes de crear una promoción hay que entender a quién y a qué afecta. El sistema distingue varios niveles según el alcance que se quiera dar al precio o al descuento.

Nivel Artículo

Para hacer una promoción **sobre un artículo**, al crear la promoción en precio se elige *Artículo* en el campo de entorno. Esto significa que el precio que se ponga al artículo **sirve para todos los clientes** a los que se les venda ese artículo.

EN UNA FRASE

Nivel Artículo = «este precio, para este producto, lo tienen todos mis clientes».

Nivel Cliente

Es la promoción en precio con **entorno general referido al cliente**. Aquí **la referencia es el cliente**: todo precio que se le ponga a ese cliente se le vende a ese precio.

EN UNA FRASE

Nivel Cliente = «a este cliente, este precio», con independencia del resto.

El campo «entorno»

QUÉ ES EL ENTORNO

El *entorno* es el campo donde se decide **a qué se aplica** la promoción (a un artículo, a un cliente, a un grupo...). Es la primera decisión al crear cualquier promoción: define su alcance.

Promoción en € / unidad (a nivel de entorno)

- 1 **Elegir el entorno** al que se aplica.
- 2 **Añadir** el cliente y/o el artículo.
- 3 En el campo de **valor**, poner los **euros que se descuentan** (los € que se quitan).

19. Tipos de descuento y promoción

El sistema permite varios tipos de descuento y de promoción según cómo se quiera aplicar el beneficio: por euros, por porcentaje o regalando mercancía.

Descuento en € / unidad

Por cada unidad, se aplica una cantidad fija de euros de descuento.

Descuento en porcentaje (Dto.)

Porcentaje de descuento aplicado **por cada línea**.

Promoción en descuento por porcentaje

Funciona igual que el descuento en valor, pero en lugar de euros se pone el **porcentaje**.

Promoción en mercancía (regalo de producto)

Consiste en regalar producto (por ejemplo, «llévate 12 y paga 10»). Se configura así:

- 1 **Definir** el cliente y/o el artículo.

2 Poner las **unidades de entrega** y las **unidades de cobro**.

3 En la línea se pone la **cantidad completa** (entregadas + regaladas).

Ejemplo Si se entregan 10 y se regalan 2, en la línea se pone **12** (se cobran 10, se entregan 12).

Regalar el mismo producto o un producto distinto

- **Regalar el mismo producto:** es **sin escala**.
- **Regalar mercancía especial (un producto distinto):** es una **promoción de mercancía diferente**. En este caso hay que **hacerlo mediante Excel** y tener en cuenta que es **escalado**.

PENDIENTE DE CONFIRMAR: «ESCALA / ESCALADO»

Los apuntes distinguen entre regalo «sin escala» (mismo producto) y «escalado» (mercancía distinta, vía Excel), pero no detallan el significado exacto de estos términos en el sistema. Se recoge tal cual aparece; conviene **confirmar en el arranque qué implica exactamente «escalado»** antes de operar con este tipo de promoción.

TIPOS

Los tipos de promoción en detalle

PROMOCIÓN EN PRECIO

Se fija un **precio especial** a partir de una cantidad mínima. Por ejemplo: comprando 2 o más unidades, un precio; por debajo, otro. Los vendedores pueden aplicarla sobre cualquiera de sus tarifas (1, 2, 3, comercial, mínima).

PROMOCIÓN EN PORCENTAJE DE DESCUENTO

En lugar de un precio, aplica un **porcentaje de descuento** al llegar a la cantidad mínima. Se usa cuando el descuento es el mismo para el grupo, independientemente del precio de cada artículo.

PRECIO + DESCUENTO: DOS PROMOCIONES Y EL ORDEN IMPORTA

El sistema **no permite** poner en una misma promoción un precio y además un descuento. Si se quiere cambiar el precio y aplicar un porcentaje encima, hay que crear **dos promociones**: una en precio y otra en porcentaje. Y el **orden es crítico**: la del precio debe tener un **código de promoción menor** que la del descuento, para que primero se fije el precio y luego se aplique el porcentaje sobre él.

PROMOCIÓN EN MERCANCÍA (REGALO)

Regala unidades al llegar a una cantidad. Hay dos variantes, y se configuran igual:

- **Regalo del mismo artículo** (tipo 3x2): en el código de artículo de regalo se pone el mismo artículo.

- **Regalo de un artículo distinto:** en el código de artículo de regalo se pone otro artículo.

Los datos que pide son: grupo de cliente, código de artículo, cantidad/unidad mínima, código del artículo de regalo y cantidad de regalo.

EL REGALO ES POR MÚLTIPLOS

El regalo se aplica por **múltiplos** de la cantidad mínima, no una sola vez: si por 10 unidades se regalan 2, por 20 se regalan 4 y por 30, 6. Entre un múltiplo y el siguiente el regalo no cambia (por 11 se regalan 2, igual que por 10).

REGLA DE ACUMULACIÓN: SE APLICAN TODAS LAS QUE CUMPLAN

Si un artículo entra en varias promociones activas a la vez, se aplican **todas las que cumpla**. La única excepción es cuando hay dos promociones **iguales** sobre el mismo artículo: entonces se coge la **más pequeña**. Si son distintas (una de precio y una de regalo, por ejemplo), se aplican las dos.

20. Cómo meter los grupos en la promoción y regla de acumulación

Una vez definidos los grupos y el tipo de promoción, se asocian a la promoción concreta. Conviene conocer además cómo se comporta el sistema cuando un artículo tiene varias promociones activas a la vez.

Meter los grupos en la promoción

- 1 Ir a la **promoción**.
- 2 Elegir el **grupo de clientes** y el **grupo de artículos** a los que se aplica.
- 3 Definir la **promoción** y el **precio**.

Regla de acumulación de promociones

CÓMO SE COMPORTA EL SISTEMA

Siempre se aplican todas las promociones que tenga un artículo. La única excepción es cuando hay **dos promociones iguales** activas sobre el mismo artículo: en ese caso el programa **coge la más pequeña**. Dicho de otro modo, la regla de «coger la más pequeña» solo entra en juego cuando las promociones son iguales; si son distintas, se aplican todas.

Importar promociones desde Excel

POR QUÉ LAS PROMOCIONES DE RUTA SE IMPORTAN POR EXCEL

Una promoción por **grupo de clientes + grupo de artículos** aplica las **mismas condiciones** a todo el grupo de artículos (un precio único o un mismo porcentaje). Pero las promociones de ruta suelen tener un **precio distinto por artículo** (el tomate a un precio, el pimiento a otro), y eso no se puede hacer por grupo de artículos: hay que hacerlo a nivel **cliente-artículo**. Como eso significaría crear un registro por cada cliente y artículo (miles), se resuelve **importando desde Excel**.

CÓMO SE PREPARA EL EXCEL

El Excel lleva una fila por artículo con estas columnas: **grupo de cliente** al que aplica, **código interno** del artículo, **precio**, y el **código de la promoción** (que se crea antes). Al importar, el sistema **desglosa** cada fila de grupo en todos los clientes que pertenezcan a ese grupo: si al grupo pertenecen 2.000 clientes, una fila del pimiento genera 2.000 registros de promoción cliente-artículo. El resultado es un listado enorme, pero se genera solo.

EL GRUPO DEL CLIENTE VA EN SU FICHA (FAMILIA DE DESCUENTO)

Para que el desglose funcione, cada cliente debe tener en su ficha, en el campo **familia de descuento** (en la ficha de ventas, a la izquierda), el grupo al que pertenece. No es la clasificación de cliente ni la cadena comercial: es un campo aparte. Cualquier cliente cuya ficha indique ese grupo se beneficiará de la promoción importada para ese grupo.

LAS PROMOCIONES QUE SE CREAN PRIMERO

En el sistema se crean las **promociones generales** con su nombre (por ejemplo: promoción ruta, cash, y las de cada zona). Como una misma promoción de ruta puede ser de varios tipos, habrá que crear una por tipo: ruta en precio, ruta en descuento, ruta con regalo del mismo artículo, ruta con regalo de artículo distinto. Después, en Utilidades, se elige la promoción y se importa su Excel correspondiente.

PROMOCIONES GENERALES (A NIVEL DE ARTÍCULO O DE CLIENTE)

No todas las promociones son cliente-artículo. Puede haber una **a nivel de artículo** (un precio o un porcentaje para ese artículo, se lo venda a quien se lo venda) o una **a nivel de cliente** (un descuento general a un cliente, sin indicar artículo, normalmente en porcentaje). Se elige el tipo al crear la promoción según lo que pida en las condiciones.

21. Consultar documentos de venta y buscar albaranes

Esta función agrupa las consultas de ventas: ver preventas, estadísticas, pedidos y, sobre todo, localizar y visualizar albaranes y facturas de venta.

Consultas de venta disponibles

- **Ver todas las preventas:** se consultan por **fecha**.
- **Estadísticas de ventas.**
- **Documentos.**
- **Pedidos:** todos (se puede filtrar por todo).
- **Buscar y filtrar por cliente** u otra condición.

Documentos directos

PENDIENTE DE DETALLAR

En los apuntes figura la opción «**Documentos directos** → **Zona de trabajo**», pero sin los pasos concretos. Se menciona aquí para no perderla; queda **pendiente de documentar el procedimiento** cuando se disponga de más información.

Buscar y visualizar un albarán de venta

- 1 Entrar en **Visualización de documentos de ventas**.
- 2 En **Documento**, elegir el tipo: **Albarán / Factura**, etc.
- 3 Visualizar **por serie y número**.
- 4 **Poner la serie y el número** del documento que se busca.
- 5 En el detalle, pulsar **F8** para **ver el albarán**.

22. Crear un presupuesto de venta

El presupuesto es el primer documento del circuito de venta: se ofrece a un cliente con unos precios y una validez. Si el cliente lo acepta, se convierte en preventa (pedido). Aquí se explica cómo crearlo, cómo se aplican precios y descuentos, y cómo consultar el margen de beneficio.

Dónde se hace

Se accede desde **Ventas > Gestión de documentos de ventas > Mantenimiento de documentos**. Es la misma pantalla que sirve para todos los documentos de venta: al entrar se indica que se va a trabajar con **presupuestos** y, a partir de ahí, todo lo que se haga serán presupuestos.

UNA SOLA PANTALLA PARA TODOS LOS DOCUMENTOS DE VENTA

Esta pantalla es «oficial»: vale para presupuestos, preventas, albaranes, facturas... Solo hay que indicar al entrar qué tipo de documento se va a manejar. El tipo **queda fijado** hasta que se cambie: si se elige presupuestos, todo lo que se cree, modifique o borre serán presupuestos. El sistema **recuerda por usuario** el último tipo usado, de modo que al volver otro día aparece por defecto el que se dejó.

QUÉ ES UN PRESUPUESTO Y EN QUÉ SE DIFERENCIA DE LA PREVENTA

El presupuesto es la oferta que se hace al cliente. Cuando el cliente lo **acepta**, ese mismo presupuesto se pasa a **preventa** (el pedido). Es decir, la preventa nace del presupuesto aprobado. Para pasar de uno a otro se usa el paso de documentos correspondiente; mientras no se convierta, sigue siendo un presupuesto.

Empezar un presupuesto nuevo

1 En la pantalla de documentos, con el tipo fijado en presupuestos, el sistema pide primero los **filtros** de búsqueda (para ver los ya existentes): cómo ordenarlos (por fecha, número, cliente o vendedor), una serie concreta si se quiere, y un rango de fechas. Al buscar se muestra la lista de presupuestos existentes de ese periodo.

2 Para crear uno nuevo, pulsar el botón de **Nuevo** (o **Insert**).

LA BOTONERA DE ARRIBA NO SE ACTIVA HASTA QUE HAY RESULTADOS

Como en otras pantallas del sistema, los botones superiores **no funcionan hasta que hay algún resultado abajo**, aunque sea un resultado de cero. Primero se lanza la búsqueda (aunque no devuelva nada) y entonces se habilitan las acciones.

CABECERA

Rellenar la cabecera del presupuesto

FECHA

Por defecto es la **fecha del día** en que se hace el presupuesto. Se puede cambiar.

CLIENTE

Se indica a qué **cliente** se le hace el presupuesto. El cliente **tiene que existir** en el sistema, aunque luego no llegue a aceptar el presupuesto: si es un cliente nuevo, hay que crearlo antes (ver función 24).

AL ELEGIR EL CLIENTE PUEDE SALTAR EL AVISO DE RIESGO

Nada más seleccionar el cliente, si tiene riesgo configurado, puede saltar la **ventana de riesgos** (ver la función de creación de clientes). Si el riesgo es de tipo «solo avisar», se ve el aviso y se puede continuar. Si estuviera configurado para **no permitir la venta**, aparecería en rojo y no dejaría seguir sin corregir el riesgo en la ficha del cliente o introducir la contraseña de autorización.

CENTRO CONTABLE

Se indica el **centro contable** al que se imputará la venta (por defecto, la Central). **Esto no es de dónde sale la mercancía**, sino a qué cuenta contable del grupo 7 (ventas) irá la venta cuando se facture, para poder sacar la cuenta de explotación por centros. Si se quiere imputar a otro centro (por ejemplo, Trapiche), se cambia aquí.

CONTACTOS, VALIDEZ, AGENTE Y REFERENCIA

- **Persona de contacto:** si se tienen registrados contactos del cliente, se puede indicar quién pide el presupuesto. No es obligatorio.
- **Validez:** hasta cuándo vale el presupuesto. Los precios de un presupuesto **no son para siempre**; se pone una fecha de validez (por ejemplo, un mes) para que el cliente confirme dentro de ese plazo.
- **Agente responsable:** quién se encarga de la relación con ese cliente. No tiene por qué coincidir con el comisionista (el que se lleva la comisión): son cosas separadas.
- **Referencia:** un texto libre para identificar el presupuesto. Es muy útil con grandes superficies, que suelen dar una referencia de su departamento de compras para su propio seguimiento. No es obligatorio.

FORMA DE PAGO

Por defecto, la que tenga el cliente en su ficha. Se puede cambiar **solo para ese documento** pulsando **F5** (por ejemplo, un presupuesto que se cobrará al contado aunque el cliente tenga otra forma habitual). El siguiente presupuesto a ese cliente volverá a salir con su forma de pago habitual.

PORTES

Se indica si los portes van **incluidos en el precio** o se cobran aparte. Si el precio ya lleva el porte incluido, se marca **portes pagados** (así no se le suman portes adicionales al final). Si no se sabe todavía, se puede dejar para cuando se haga el albarán o la factura.

DIRECCIÓN DE ENTREGA Y OBSERVACIONES

Si hay que entregar en una **dirección distinta** a la del cliente, se rellena a mano aquí; si es la misma, no se toca. En **observaciones** se escribe el texto que se quiera que aparezca (por ejemplo, «recoge el cliente el día tal»). Para terminar de escribir una observación se usa la tecla indicada al pie, para que no siga metiendo líneas.

LÍNEAS

Meter las líneas del presupuesto

En la pestaña de **líneas** se van añadiendo los artículos. Para cada uno se indica el código (o se busca) y la **cantidad**, que se puede meter en unidades, cajas o palés según las conversiones de la ficha del artículo.

DE DÓNDE SALE EL PRECIO: TARIFA Y PRECIOS ESPECIALES

El precio que aparece depende de la **tarifa** del cliente. Si el cliente no tiene una tarifa marcada, coge la **tarifa general** de la empresa (la tarifa 1). Si el cliente tiene **precios especiales**, esos mandan sobre la tarifa: para los artículos que estén en su lista de precios especiales se aplica ese precio, y para el resto, la tarifa que corresponda. También se puede elegir puntualmente **otra tarifa** para una línea concreta pulsando la lista de tarifas.

LOS PERMISOS DE PRECIO Y DESCUENTO SON DEL USUARIO, NO DEL CLIENTE

Que se pueda **cambiar el precio** o meter un **descuento manual** en la línea depende de un **permiso del usuario**, no de la ficha del artículo. Si el usuario no tiene permiso, el precio aparece en gris y no se puede tocar. El sistema comprueba una combinación: primero el permiso del **usuario**; si lo tiene, además se mira si el **artículo** y el **cliente** permiten cambiar precios. Si cualquiera de los dos no lo permite, no se puede, aunque el usuario tenga permiso.

DESCUENTO EN LA LÍNEA

Si el usuario tiene permiso, sobre una línea se puede meter un descuento pulsando la tecla correspondiente. El descuento puede ser en **porcentaje** o en **importe fijo** (por ejemplo, quitar 0,20 € en vez de un tanto por ciento). Al terminar la línea, el precio queda recalculado.

TRABAJAR EN LA PARTE DE ABAJO

A diferencia del sistema anterior, aquí la parte de **arriba** muestra solo lo que ya se lleva hecho, y se **trabaja siempre en la parte de abajo**. Al principio conviene ir leyendo la pantalla con calma; con la práctica se hace solo.

Cuando no se quieren más artículos, al quedar una línea nueva vacía se pulsa **Esc** (fin de líneas) para no meterla, y se vuelve a la cabecera.

PIE

Descuentos al pie y portes

DESCUENTOS AL PIE

En la pestaña de **pie** se pueden aplicar descuentos **sobre el total** del presupuesto (además de los de línea). Se mete el descuento indicando un texto (por ejemplo, «descuento especial»), y eligiendo si es un **porcentaje** o un **importe fijo**. Se pueden meter tantos como se quiera; el importe fijo es cómodo para **redondear** el total (por ejemplo, quitar 8,93 € para dejar la cifra redonda). Al terminar, se cierra el descuento con la tecla indicada.

ORDEN DE APLICACIÓN

Como en compras, cuando hay descuento en importe y en porcentaje, **primero se aplica el importe y luego el porcentaje**, con independencia del orden en que se metan.

PORTES AL CLIENTE

Se indica si se le cobran **portes** al cliente y su importe. Al meter un importe de portes, el sistema genera automáticamente una **línea nueva** en el desglose (los artículos van a su tipo de IVA y los portes al suyo). Si no se cobran portes, se deja en cero.

MARGEN

Ver el margen de beneficio del presupuesto

El presupuesto en sí **no muestra el margen** en pantalla mientras se hace. Para conocer el beneficio se consulta desde las **estadísticas de venta**, una vez grabado.

CÓMO SE SACA EL MARGEN

Se va a **Ventas > Estadísticas de venta / Listado de ventas**, se elige que se quieren ver **presupuestos**, y se indica el rango de fechas. En las **opciones** se marca que se quiere valorar el **coste** (el sistema usa el **precio de última compra neto**) y que se muestre el **margen en porcentaje**. Cada vez que se marca una opción nueva hay que volver a pulsar **Buscar** para que se recalcule.

MARGEN POR DOCUMENTO Y POR LÍNEA

Por defecto, las estadísticas dan el margen a **nivel de documento** (el del presupuesto entero). Si se quiere ver también **por línea**, en las opciones se pide una segunda agrupación por líneas: entonces, para cada presupuesto se ve arriba el margen total y abajo el margen de cada artículo.

POR QUÉ EL MARGEN TOTAL NO ES LA MEDIA SIMPLE DE LAS LÍNEAS

El margen total de un presupuesto **no es el promedio** de los márgenes de sus líneas: es un margen **ponderado** por el importe de cada línea. Una línea con mucho importe pesa más en el total que una con poco importe. Por eso, si una línea tiene un 57 % y otra un 32 %, el total puede quedar en un 55 % (más cerca del margen de la línea que más importe mueve). En la práctica, el margen real del documento es la diferencia entre la suma de todos los precios de venta y la suma de todos los costes.

USO TÍPICO: AJUSTAR EL PRESUPUESTO A UN MARGEN OBJETIVO

Una forma habitual de trabajar es fijar un **margen objetivo** para el presupuesto (por ejemplo, un 22 %) e ir ajustando los precios línea a línea —subiendo unos, bajando otros, incluso con alguna línea a margen negativo— hasta que el **total** alcance ese margen. Lo que importa es el margen del conjunto, no el de cada línea por separado.

Grabar e imprimir

GRABAR

- 1 Con el presupuesto terminado, pulsar **Grabar** (arriba a la derecha). El sistema asigna el **número** dentro de la serie elegida.
- 2 Al grabar, desaparece el botón de grabar y aparece el de **imprimir**.

LA SERIE SIEMPRE ES OBLIGATORIA (AUNQUE SEA LA «SERIE EN BLANCO»)

Todo documento va en una **serie**. Se puede trabajar sin elegir serie explícitamente, pero en realidad eso significa usar la **serie en blanco** (que también es una serie). Es decir, siempre hay serie, aunque no se haya tecleado ninguna.

IMPRIMIR, EXPORTAR O ENVIAR

Una vez grabado, desde el botón de imprimir se puede generar el **PDF**, imprimir o enviar por correo. El manejo de la impresora (teclas **F5** y **F8**, formatos, envío por correo...) se explica en el **anexo «Imprimir, exportar y enviar documentos por correo»**. Hay **formatos de presupuesto** distintos según lo que se quiera mostrar al cliente.

DESPUÉS DE GRABAR, EL PRESUPUESTO SE PUEDE MODIFICAR

Una vez grabado, se puede volver a entrar en el presupuesto para **modificarlo**. Al entrar de nuevo en una línea que ya tiene cantidad, el sistema puede volver a pedir los datos de esa línea, así que conviene tenerlo claro al reeditar.

PETICIONES PENDIENTES DE CONFIRMAR

En la formación se plantearon dos necesidades del equipo que quedan **pendientes de confirmar** cómo se resolverán en el sistema definitivo:

- **Ver el margen mientras se hace el presupuesto** (no solo después, en estadísticas), para ir ajustando precios en tiempo real hasta un margen objetivo. El equipo lo considera imprescindible por su forma de trabajar.
- **Duplicar un presupuesto** (copiar uno existente al mismo cliente para, por ejemplo, crear la versión «para el cliente» con cantidades a cero y las bases de IVA en líneas, típico de los lotes de Navidad).
- **Fotos de artículos en el presupuesto impreso**: el sistema puede adjuntar fotos, pero su comportamiento en el presupuesto (que aparezcan al imprimir) quedó a medio ver en la demostración.

23. Facturar albaranes de venta (facturación periódica)

Cuando la mercancía ya se ha servido, queda un albarán de venta pendiente de facturar. Esta función agrupa esos albaranes y genera las facturas de forma periódica, con un control estricto de la numeración legal, la agrupación por cliente, centro y forma de pago, y el cobro.

Dónde se hace

Se accede desde **Ventas > Gestión de documentos de ventas > Facturación periódica de albaranes**. Es la pantalla que convierte los albaranes servidos en facturas.

DE QUÉ PARTE SE OCUPA ESTA FUNCIÓN

El circuito de venta termina en un albarán cuando se sirve la mercancía. Ese albarán se puede facturar de inmediato o esperar a facturar «en bloque» cada cierto tiempo (por ejemplo, todos los albaranes del mes de un cliente en una sola factura). Esta pantalla es la que hace esa facturación agrupada y controla que la numeración de las facturas sea correcta.

La pantalla, en tres bloques

La pantalla se divide en tres zonas que se leen de arriba abajo:

- **Qué albaranes coger** (arriba): los filtros para seleccionar qué albaranes entran (centro, cliente, fechas, frecuencia...).
- **Datos de la factura** (en el recuadro azul del centro): los datos mínimos con los que se van a crear las facturas (fecha, serie, agrupaciones, cobro...).
- **Lista de lo facturable** (abajo): los albaranes o clientes que cumplen el filtro, para marcar y facturar.

BLOQUE 1

Seleccionar qué albaranes se facturan

CENTRO CONTABLE

Se elige si se factura de un **centro contable** concreto (por ejemplo, Trapiche o la Central) o de todos. Igual que en compras, si se deja en blanco o en cero el sistema entiende «todos los centros».

CÓMO BUSCAR LOS ALBARANES

Se puede acotar la búsqueda por distintos criterios: por **serie** de albarán, por **cliente** concreto, o dejarlo abierto para traer todos. Lo habitual es filtrar por el rango de fechas y facturar todo lo que haya pendiente.

RANGO DE FECHAS DE LOS ALBARANES

Se indica el periodo de **fechas de los albaranes** que se quieren facturar (por ejemplo, todos los albaranes del 1 al 31 del mes). Esto selecciona los albaranes por su fecha, no por la fecha de la factura, que se decide aparte.

FRECUENCIA DE FACTURACIÓN

Se puede filtrar por la **frecuencia de facturación** que cada cliente tiene marcada en su ficha (ver la función de creación de clientes): diaria, semanal, quincenal, mensual o «a decisión del operador». Así, por ejemplo, se pueden facturar solo los clientes de facturación semanal, dejando para más adelante los mensuales.

POR QUÉ SIRVE LA FRECUENCIA

Cada cliente puede tener pactada una periodicidad distinta de facturación. Filtrar por frecuencia permite lanzar cada tipo en su momento (los semanales cada semana, los mensuales a fin de mes) sin mezclarlos ni facturar antes de tiempo a quien no toca.

BLOQUE 2

Datos con los que se crea la factura

FECHA DE LA FACTURA

Se indica la **fecha** que llevarán las facturas que se generen. Es un dato independiente de la fecha de los albaranes: se pueden facturar albaranes de todo el mes con fecha de factura del último día, por ejemplo.

MUY IMPORTANTE: COHERENCIA DE SERIE, NÚMERO Y FECHA

La numeración de las facturas es **legal** y debe ser coherente: dentro de una misma **serie**, los números deben ir en orden y las **fechas no pueden retroceder**. Es decir, una factura con número posterior no puede tener una fecha anterior a otra ya emitida en esa serie. El sistema controla esto para evitar huecos o incoherencias. Si en algún momento hay que emitir un documento con una fecha «hacia atrás» (por ejemplo, un abono con fecha anterior), **no se puede meter en la misma serie** con un número posterior: hay que usar una **serie distinta** prevista para ese caso.

POR QUÉ ESTE CONTROL ES TAN ESTRICTO

Ante una inspección, la numeración de facturas tiene que ser continua y ordenada por fecha dentro de cada serie. Un número mayor con fecha menor sería una incoherencia. Por eso el sistema no deja hacerlo: obliga a usar series separadas cuando se necesita emitir documentos fuera del orden natural (típicamente, abonos o rectificativas).

SERIE DE FACTURACIÓN

Se indica la **serie** con la que se numeran las facturas. Cada serie lleva su propia numeración correlativa. Se usan series distintas para separar tipos de documento (por ejemplo, facturas normales frente a rectificativas o abonos). **PENDIENTE DE CONFIRMAR:** los nombres o códigos concretos de las series que se usarán en la empresa.

COMPENSACIÓN DE ANTICIPOS

Si el cliente tiene **anticipos** registrados (dinero entregado a cuenta), el sistema puede **compensarlos** en la factura, descontándolos del importe. Se indica aquí si se quiere que la facturación tenga en cuenta esos anticipos.

AGRUPAR O NO POR CENTROS CONTABLES

Se decide si los albaranes de **distintos centros contables** (por ejemplo, Trapiche y Central) se agrupan en una sola factura o se separan. Esto tiene que ver con la **analítica**: si se quiere que cada centro tenga su factura (para imputar correctamente las ventas de cada uno), no se agrupan; si da igual, se pueden juntar. Según lo que se elija, un mismo cliente puede recibir una o varias facturas.

AGRUPAR O NO POR VENDEDORES

De forma parecida, se puede decidir agrupar o separar por **vendedor**. Esto influye en las **comisiones**: si se separa por vendedor, queda claro qué venta corresponde a cada comercial. Igual que antes, esto puede hacer que un cliente reciba más de una factura.

POR QUÉ UN MISMO CLIENTE PUEDE RECIBIR VARIAS FACTURAS

Un cliente puede aparecer **varias veces** en la lista y recibir más de una factura por varios motivos: porque tiene albaranes con **formas de pago distintas** (cada forma de pago genera vencimientos distintos y, por tanto, facturas distintas), porque se está **agrupando por centro** o **por vendedor**, o porque así se ha decidido en los filtros. No es un error: son agrupaciones legítimas.

«INDICAR» FRENTE A «MISMA QUE LOS ALBARANES»

En la opción de serie de factura hay dos modos. Si se elige **«misma que los albaranes»**, el sistema asigna a cada factura la misma serie que tenía el albarán: si el albarán es de la serie **26V00** y otro de la serie **010**, no se pueden juntar en la misma factura porque cada una iría a una serie diferente. Si se elige **«Indicar»**, se pone manualmente la serie de la factura (por ejemplo, **25-010**) y entonces **sí** se pueden mezclar albaranes de distintas series del albarán en una misma factura. **Lo habitual** en el equipo es usar «Indicar», porque la serie del albarán y la de la factura son distintas.

COMPENSAR ANTICIPOS: AL PRINCIPIO, NO MARCARLO

La compensación de anticipos automática solo tiene sentido cuando el flujo de trabajo esté consolidado: presupuesto → preventa → albarán → factura. Si el anticipo se ha metido directamente en una venta sin pasar por el presupuesto previo, el sistema no lo compensará bien. Por eso, al inicio del arranque, la recomendación es **no marcar la opción de compensar anticipos** hasta verificar que el proceso se hace correctamente en todos los casos.

AGRUPACIÓN POR VENDEDOR: POR QUÉ «NO AGRUPAR» CUANDO HAY COMISIONISTAS

Si el equipo trabaja con comisionistas, la agrupación por vendedor debe estar en «**no agrupar**». El motivo: la comisión se devengará (se empezará a contabilizar) al generar la factura. Si en una factura hay albaranes de dos vendedores distintos, el sistema no sabe a cuál de los dos asignar la comisión de esa factura. Al no agrupar, cada factura tiene un solo vendedor y la comisión queda perfectamente asignada. La liquidación de la comisión, eso sí, se produce al cobrar la factura, no al generarla.

PRÓXIMAMENTE: FILTRO DE ALBARANES ESCANEADOS

En una próxima actualización aparecerá una casilla de verificación adicional en los filtros del bloque 1: «**solo albaranes escaneados**». Si se marca, el sistema mostrará únicamente los albaranes que tengan la confirmación de entrega escaneada por el repartidor. Esto permite facturar exactamente lo que está confirmado. Mientras no esté activa, se ven todos los albaranes pendientes y en la lista aparecerá una columna indicando cuáles están escaneados y cuáles no.

LISTA COBRATORIA

Se puede crear o asignar una **lista cobratoria** (una relación de lo que queda pendiente de cobro) al facturar, para el seguimiento posterior de los cobros.

COBRO POR CAJA

Si las facturas se cobran al contado, se puede marcar la opción de **cobro por caja**, de modo que las facturas generadas queden directamente dadas por **cobradas** y no pasen a pendiente.

BLOQUE 3

Seleccionar y generar las facturas

CÓMO SE MARCA LO QUE SE FACTURA

En la parte inferior aparece la lista de clientes y albaranes que cumplen el filtro. Se marca lo que se quiere facturar:

- **Intro** marca (o desmarca) un albarán o una línea concreta.
- **F6** marca **todo a nivel de cliente** (todos los albaranes de ese cliente de golpe).

Conviene entender la diferencia entre marcar **a nivel de cliente** (se factura todo lo suyo) y marcar **un albarán suelto** (solo ese). Al marcar, el sistema ya va mostrando cómo quedarán agrupadas las facturas.

UNA FACTURA POR ALBARÁN

Existe la opción de generar **una factura por cada albarán**, en lugar de agrupar varios albaranes en una factura. Si se activa, esta opción **anula el resto de agrupaciones**: cada albarán tendrá su propia factura, aunque sean del mismo cliente. Se usa cuando el cliente exige una factura por cada entrega.

GENERAR

- 1 Comprobar los filtros (fechas, serie, agrupaciones) y los datos de la factura.
- 2 Marcar los clientes o albaranes que se van a facturar (con **Intro** o **F6**).
- 3 Lanzar la **generación**. El sistema crea las facturas según las agrupaciones elegidas y avisa al terminar.

CONSEJO

Antes de generar en bloque, conviene revisar una vez los datos de la factura (sobre todo la fecha y la serie) y cómo está quedando la agrupación en la lista de abajo. Una vez generadas las facturas, deshacerlas es más costoso (ver «anular una factura» más abajo).

DESPUÉS

La relación de facturas: imprimir, exportar y enviar

Una vez generadas, se trabaja con la **relación de facturas**: la lista de todas las facturas creadas. Desde ahí se pueden imprimir, exportar a PDF y enviar por correo.

EL NOMBRE QUE APARECE EN LA LISTA

La lista permite mostrar el cliente por su **denominación social**, su **nombre comercial** o su código/centro, para localizarlo más fácilmente. Pero conviene tener claro que **en la factura impresa manda siempre la denominación social**, porque es el dato fiscal; el nombre comercial es solo una ayuda para buscar en la pantalla.

COLUMNAS DE LA RELACIÓN

Para cada factura se muestran, entre otras columnas: la **serie y el número**, la **fecha**, el **código del cliente**, el **centro**, la **denominación**, el **importe**, si es **anulable**, si tiene **factura electrónica** y si se puede **enviar por correo** o generar en PDF.

SELECCIONAR PARA IMPRIMIR O ENVIAR

- **Intro** marca una factura.
- **F6** marca **todas** las del cliente (o todas las de la lista, según el nivel en que se esté).

CUIDADO AL IMPRIMIR: USA ESCAPE PARA NO LANZARLO TODO

Al terminar de marcar, para ir al botón de imprimir conviene pulsar **Esc** en lugar de pinchar directamente sobre la lista, para no lanzar sin querer **todas las facturas a la impresora** de golpe. El manejo fino de la impresora (ver en pantalla, elegir impresora, número de copias, exportar a PDF, enviar por correo) se explica en detalle en el **anexo «Imprimir, exportar y enviar documentos por correo»**, porque funciona igual en todos los documentos del sistema.

ENVIAR POR CORREO

La opción de enviar por correo aparece disponible para las facturas de clientes que tengan un **correo** en su ficha y el **permiso de envío** activado. Con el botón **«Para»** se eligen los

contactos destinatarios. Se pueden hacer las tres cosas —imprimir, exportar a PDF y enviar por correo— en la misma operación.

FORMATOS DE IMPRESIÓN ESPECIALES

Igual que en compras, cada cliente puede tener un **formato de factura** distinto: con los códigos del propio cliente, sin la columna de descuento, con textos concretos, etc. El formato adecuado se elige al imprimir.

ANULAR

Anular una factura

Una factura ya generada se puede **anular**, pero es una operación delicada y sujeta a permisos.

QUÉ IMPLICA ANULAR

Anular una factura significa **deshacer** todo lo que generó: el apunte contable, la cartera de cobro asociada y la vinculación con los albaranes. Al anularla, esos albaranes vuelven a quedar **pendientes de facturar** (como estaban antes). Es un **permiso de usuario**: no todo el mundo puede anular facturas.

CUÁNDO NO SE PUEDE ANULAR

No se puede anular una factura si:

- Está **cobrada** (primero habría que deshacer el cobro).
- Su **cartera se ha modificado** (por ejemplo, si los pagarés se han renovado o agrupado con los de otras facturas, ya no se puede deshacer limpiamente).
- El **ejercicio contable está cerrado**.

El principio general es que solo se puede **deshacer desde el último paso hacia atrás**: si después de la factura han pasado más cosas (cobro, renovación de cartera, cierre), hay que deshacer esas primero, y si no se puede, la factura no es anulable.

LA CARTERA Y LA FORMA DE PAGO

Las facturas generan **cartera de cobro** según la forma de pago. Las formas de pago que van a cartera deben estar marcadas como tales; hay casos que **no van a cartera**, como las ventas web que ya se han cobrado en el momento (no queda nada pendiente de cobrar, así que no generan cartera).

Anexo · Lista de documentos de reparto

La lista de documentos de reparto agrupa los albaranes que va a entregar un repartidor en una ruta. Se crea la lista, se le asignan los albaranes, se imprime para que el repartidor la lleve, y al volver se verifica qué albaranes se han entregado.

Dónde se hace

Se accede desde **Utilidades > Asignación de documentos de reparto**. Conviene localizarlo por el nombre, ya que los menús son configurables y pueden reordenarse.

Crear una nueva lista

- 1 Al entrar se puede ver el histórico de listas existentes (por fechas o por agente). Para crear una nueva, pulsar **Insert**.
- 2 Se indica el **rango de fechas** de los albaranes que se quieren incluir (los de hoy, los de la semana...).
- 3 Se añaden **filtros** si se quiere acotar: zona, ruta, municipios, forma de pago. Sin filtros, salen todos los albaranes del periodo.
- 4 El sistema muestra la lista de albaranes. Se van marcando los que van en esta ruta: **F4** marca o desmarca uno a uno; **F8** marca todos; **F9** desmarca todos.
- 5 Cuando están marcados los de la ruta, pulsar **Esc** para pasar a elegir el **agente repartidor**.
- 6 Elegir el agente (por código o con **F5**). Pulsar **Grabar**. El sistema crea la lista y le asigna un número.

EL REPARTIDOR NECESITA EL TIPO DE ACTIVIDAD «REPARTIDOR»

Para poder asignar una lista a un agente, ese agente tiene que tener configurada en su ficha la actividad de «**repartidor**» (pestaña de actividades). Si no la tiene, el sistema no lo encontrará como destinatario válido. Se añade una sola vez en la ficha del agente.

Estado de la lista: recepcionada o no

Cada lista tiene un **estado**: *no recepcionada* (el repartidor aún no ha entregado todo) o *recepcionada* (todos los albaranes confirmados como entregados). Al recepcionar la lista, el sistema la da por completada.

CÓMO SE CONFIRMA LA ENTREGA

En el futuro, el repartidor escaneará los albaranes al volver: el sistema los irá marcando automáticamente como entregados. Cuando estén todos, la lista queda recepcionada. Si alguno no se pudo entregar, permanece sin marcar y se puede investigar desde la lista qué albaranes faltan y por qué. Mientras la parte de escaneo no esté operativa, la confirmación se marca manualmente.

Gestionar albaranes dentro de la lista

- **Eliminar** un albarán de la lista (si ya no va en esa ruta).
- **Mover** un albarán a otra lista (asignarlo a un repartidor distinto).
- **Imprimir** la lista para que el repartidor la lleve físicamente.

AL IMPRIMIR UN ALBARÁN ESCANEADO, SE IMPRIME CON LA FIRMA DEL CLIENTE

Si un albarán tiene la firma digital del cliente (está escaneado), al imprimirlo —desde aquí o desde cualquier otro sitio— el sistema incluye automáticamente esa firma en el documento impreso.

Anexo · Pendientes de la parte de Ventas

Elementos que aparecen en los apuntes de la formación pero que todavía están pendientes de desarrollo o de confirmación. Se recogen aquí para no perderlos y para evitar confusiones durante el arranque.

IMPORTACIÓN DE PROMOCIONES POR EXCEL

Está previsto un **Excel para importar las promociones**, con un **Excel distinto por cada tipo** de promoción. Función en desarrollo, aún no disponible.

BÚSQUEDA POR CÓDIGO SERHOS

Está previsto un **campo para buscar con el código Serhos**. Función en desarrollo, aún no disponible.

TÉRMINOS Y RUTAS A CONFIRMAR

Quedan pendientes de confirmar en el sistema real: el significado exacto de «**escala / escalado**» en las promociones de mercancía, el procedimiento de «**Documentos directos / Zona de trabajo**», y los literales exactos de las **rutas de menú** señaladas en esta parte.

PARTE III

Administración

24. Crear y configurar un client... · 25. Crear un centro o delegación... · 26. Crear una cadena comercial

24. Crear y configurar un cliente

La ficha del cliente es una de las piezas centrales del sistema. En ella se define quién es el cliente, cómo se le factura, a qué precio se le vende, qué descuentos y promociones se le aplican, cómo paga y qué nivel de riesgo se le permite. Es una ficha larga, con muchas pestañas, pero no todas son obligatorias: se puede crear un cliente rellenando lo imprescindible y completar el resto más adelante.

CÓMO LEER ESTA FUNCIÓN

Por su extensión, esta función está dividida en bloques temáticos que siguen el orden natural de la ficha: primero cómo buscar clientes, después la creación (datos de identificación y todas las pestañas), y por último cómo consultar la ficha de un cliente ya existente. No hace falta rellenar todas las pestañas ni todos los campos de cada pestaña; si algún campo debe ser obligatorio para vuestra operativa, se puede configurar para que el sistema no deje grabar sin él.

Dónde están los clientes

Los clientes se encuentran en **Base de datos > Clientes**. Esta misma opción es accesible desde varios módulos: desde **Ventas**, desde **Gestock** y desde **Contabilidad**. En todos los casos se llega a la misma ficha; es donde se crean y donde se modifican los clientes.

POR QUÉ APARECE EN VARIOS MÓDULOS

El menú del programa es personalizable, de modo que cada puesto puede tener a mano un poco de facturación, un poco de gestión y un poco de contabilidad según lo que necesite. Por eso la ficha del cliente se puede abrir desde distintos sitios: no son fichas distintas, es siempre la misma. Por costumbre, las cadenas suelen crearse desde Contabilidad (ver función 26).

Buscar un cliente

Al entrar en Clientes aparece una pantalla de búsqueda. Un detalle importante del funcionamiento general del programa: **los botones no se activan hasta que hay resultados en pantalla**. Es decir, no se puede pulsar «hacer una factura» o cualquier otra acción sobre el vacío; primero hay que tener datos en pantalla, aunque sea un solo registro o una línea en blanco. Sin algo cargado, los botones no responden.

BUSCAR POR ESTADO

Por defecto se muestran los clientes que están **de alta**. Este filtro se puede cambiar para buscar un cliente que esté de baja, o para que muestre todos con independencia de su estado.

BUSCAR POR DISTINTOS CAMPOS

El cliente se puede localizar por varios criterios: por el **código de cliente**, por la **razón social** (nombre fiscal), por la **identificación fiscal**, por el **nombre comercial**, por el **teléfono**, por

el **código postal** y por otros datos. Conviene entender la diferencia entre dos formas de buscar por nombre:

- **«Empieza por»:** busca los clientes cuyo nombre (razón social o comercial) empieza por el texto escrito.
- **«Contiene»:** busca el texto en cualquier parte del nombre, esté al principio, en medio o al final.

CONSEJO PRÁCTICO

Si no se sabe con seguridad si «El Trébol» es el nombre fiscal o el comercial, conviene usar la opción que **busca a la vez en razón social y en nombre comercial y por coincidencia parcial** («contiene»). Así se escribe una parte del nombre y el sistema lo encuentra esté donde esté y sea del tipo que sea.

Concepto clave: el código de cliente es una cuenta contable

MUY IMPORTANTE — LEER ANTES DE CREAR O BUSCAR POR CÓDIGO

En este sistema **no existe el código corto** al que estabais acostumbrados (por ejemplo, «150012»). Para el programa, cada cliente **es una cuenta contable**. Las cuentas contables de cliente tienen **nueve dígitos** y **todas empiezan por 4330**.

Esto significa que, siempre que se busque o se introduzca un código de cliente, hay que poner **el código completo de nueve dígitos**. La equivalencia con vuestro código antiguo es sencilla: se toman los cuatro dígitos de cabecera (4330), se rellena con los ceros necesarios y se añaden los dígitos de vuestro código. Por ejemplo, el antiguo «1512» se convierte en **4330 + los ceros que falten + 1512** hasta completar nueve dígitos (**433001512**); el antiguo «1502» sería **433001502** . La regla es fija: nueve dígitos, empezando siempre por 4330 y completando con ceros hasta encajar el número.

25. Crear un centro o delegación de un cliente

Un centro (o delegación) es un punto físico de un mismo cliente al que se envía mercancía: un economato, una cocina, un chiringuito, una tienda. Los centros comparten NIF con el cliente madre (no tienen NIF propio), pero cada uno puede tener sus propias condiciones de venta. Se usan cuando un cliente tiene varias direcciones de envío o varias delegaciones.

Cuándo aparece la pestaña de centros

La única diferencia, al crear el cliente, entre un cliente normal y uno con delegaciones es que, en la pestaña de **otras condiciones**, se marca que el cliente **está organizado en centros**. Con independencia de que luego se le facture o no por centro, en el momento en que se marca

esa opción aparece hacia la derecha una pestaña **Centros**. Si se indica que **no** va por centros, esa pestaña desaparece.

Crear un centro

- 1 En la ficha del cliente, ir a la pestaña **Centros** y pulsar **Nuevo**.
- 2 Introducir el **código del centro**: hasta **tres caracteres**, que pueden ser letras y/o números (por ejemplo, 001, 002, o una combinación de letra y número que ayude a identificar la delegación).
- 3 Rellenar los datos del centro (es prácticamente una ficha de cliente reducida; ver más abajo).
- 4 Grabar. El centro queda creado. Para crear un segundo centro se repite el proceso con el siguiente código.

EL CÓDIGO DE CENTRO ES MANUAL

A diferencia del código de cliente, el código de centro **no se genera automáticamente**, porque puede llevar letras. Si se quiere un estándar para toda la empresa, se recomienda una numeración sencilla y correlativa (001, 002, 003...). Nunca habrá dos centros con el mismo código dentro de un mismo cliente. Al crear un centro nuevo se puede ver por qué número va el último para continuar la numeración.

Datos del centro: campos que no se pueden cambiar

Al entrar en un centro, se ve que solo están rellenos y **bloqueados** (en amarillo, no editables) el **código contable**, el **nombre del cliente** y el **CIF del cliente**.

POR QUÉ LOS CENTROS NO TIENEN NIF PROPIO

Los centros **no pueden tener NIF propio** porque son delegaciones de un mismo cliente: son centros logísticos, puntos físicos a los que se envía mercancía (economato, cocina, chiringuito...). Comparten la identidad fiscal del cliente madre.

Un centro es una mini-ficha de cliente

Salvo los datos fiscales bloqueados, un centro se rellena **igual que una ficha de cliente** y puede tener **condiciones distintas de las de otro centro**: su propia **dirección de envío de mercancía**, su **tarifa**, su **régimen de IVA**, su **zona y ruta**, su **agente responsable** y comisionistas, sus **descuentos generales**, su tratamiento de **portes** y su **formato de factura** (detallado, etc.).

RÉGIMEN DE IVA POR DELEGACIÓN

Lo normal es que el régimen de IVA del centro coincida con el del cliente, pero puede diferir. Si una empresa tiene delegaciones en la península y otra en **Ceuta, Melilla o Canarias**, las peninsulares llevarán régimen general y las de Ceuta/Melilla o Canarias su régimen correspondiente. Ese régimen se refleja en la factura de cada delegación.

CONDICIONES DISTINTAS POR CENTRO: EJEMPLO DE PORTES

Como cada centro admite sus propias condiciones, una forma habitual de reflejar un coste añadido a una delegación concreta (por ejemplo, una a la que llevar mercancía sale más caro) es asignarle una **tarifa distinta** en lugar de un cargo por porte. Es una decisión de gestión; el sistema lo permite porque el centro se comporta como una mini-ficha independiente.

FACTURAR POR CENTRO O AL CLIENTE MADRE

Recordar que crear centros y **facturar por centro** son cosas independientes: se puede tener un cliente organizado en centros y aun así facturarle todo junto al cliente madre, o marcar la facturación por centro para que cada delegación tenga su propia factura (ver el bloque «Cliente organizado en centros» de la función 24).

26. Crear una cadena comercial

Una cadena agrupa a varios clientes distintos bajo una misma entidad de facturación. Se usa, por ejemplo, cuando varios establecimientos (con clientes independientes) deben facturarse a una central con un único NIF. La ficha de la cadena es parecida a la del cliente, pero mucho más reducida.

Dónde se crean las cadenas

Las cadenas **no se crean desde Ventas**, sino desde **Contabilidad** (Reconta):

Base de datos > **Cadenas comerciales**. (En el sistema, «cadenas comerciales» y «administradores» se refieren internamente a lo mismo.)

Crear la cadena

- 1 En **Base de datos** > **Cadenas comerciales**, pulsar **Nuevo**.
- 2 Introducir el **número de cadena**. Se puede poner el número que se quiera; funciona como un código interno.
- 3 Introducir el **NIF de la cadena** (importante: la cadena debe tener NIF).
- 4 Introducir el **nombre de la cadena**.

5 Rellenar los pocos datos necesarios (ver más abajo) y grabar.

SOBRE EL NÚMERO DE CADENA

El número de cadena es un **código interno** del sistema, que puede no coincidir con el que usabais. Esto se debe a que en la base de datos podían existir cadenas antiguas (en baja o no visibles) que compartían código; para evitar duplicados, el sistema maneja su propio código interno, como una identificación única. Se puede poner el número que se quiera al crearla.

Datos de la cadena

La ficha de la cadena se parece a la del cliente pero es mucho más breve. Básicamente recoge: **descuentos generales, tarifa de venta**, datos de **banco/envío de mercancía, contactos** y la lista de **clientes que pertenecen a la cadena**.

LOS CLIENTES SE ENGANCHAN DESDE SU PROPIA FICHA, NO DESDE LA CADENA

La lista de clientes de una cadena **no se rellena en la ficha de la cadena**. Se hace al revés: en la **ficha de cada cliente**, en el campo de cadena (ver función 24), se indica que ese cliente pertenece a la cadena; entonces aparece automáticamente en la lista de clientes de la cadena. Desde la cadena, esa lista es de consulta.

QUÉ APORTA LA CADENA (FACTURACIÓN, DESCUENTOS Y RAPPELES)

Cuando un cliente pertenece a una cadena y así se ha configurado, se puede **facturar a la cadena** (las facturas se emiten con el NIF de la cadena, no con el del cliente), y se pueden **heredar de la cadena** los descuentos y la forma de pago, en lugar de tomarlos del cliente. Esto se activa con las casillas correspondientes de la ficha del cliente (facturar a cadena / descuentos de cadena / forma de pago de cadena). Además, el tratamiento de **rappeles** se puede llevar a nivel de cadena, de modo que las facturas de todos los clientes de esa cadena se agrupen a esos efectos. Como la factura va a la cadena, es imprescindible que la cadena tenga su cuenta contable/NIF, porque el apunte contable se hace contra ella.

Anexo · Pendientes de la parte de Administración

Términos y datos que aparecen en la formación pero que quedaron pendientes de confirmar en el sistema real. Se recogen aquí para no perderlos y para evitar confusiones durante el arranque.

LETRAS DE LA FRECUENCIA DE FACTURACIÓN

Confirmar el significado de las letras que guarda la base de datos en el campo de frecuencia de facturación. Claras: **M** (mensual), **D** (diaria), **S** (semanal), **Q** (quincenal). Pendientes de confirmar: **N** (probablemente manual), **L** y **V**.

NOMBRE DEL DOCUMENTO INTRACOMUNITARIO

Confirmar cómo se denomina exactamente en el sistema el documento de identificación fiscal para clientes de la Unión Europea (recogido en el manual como «identificación intracomunitaria (UE)»).

CÓDIGOS DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA (FACE)

Confirmar la denominación exacta de los códigos de facturación electrónica / centros administrativos, y en qué casos un organismo requiere el cuarto código.

LITERALES DE RUTAS DE MENÚ Y CAMPOS OBLIGATORIOS

Contrastar con el sistema real los literales exactos de las rutas de menú señaladas en esta parte, y decidir qué campos de la ficha de cliente deben marcarse como obligatorios para que el sistema no permita grabar sin ellos.

ANEXOS

Anexos

★ Lista de documentos de reparto · ★ Lotes · ★ Imprimir, exportar y enviar

Anexo · Lotes (productos compuestos con varios IVA)

*Un «lote» es un producto compuesto que se compra y se vende como una sola unidad (por ejemplo, un lote de Navidad), pero que por dentro contiene artículos con **distintos tipos de IVA**. El sistema lo trata como una receta de fabricación: un producto final con sus componentes. Aquí se explica cómo se estructura y por qué.*

QUÉ PROBLEMA RESUELVE EL LOTE

Un lote (una caja, una cesta) tiene **un solo código de barras** y se pide, recepciona y vende como una unidad. Pero fiscalmente puede llevar productos a distinto IVA (por ejemplo, algo al 4 %, algo al 10 % y algo al 21 %). El sistema necesita saber **qué proporción del precio** corresponde a cada tipo de IVA para poder desglosarlo en la factura. Por eso el lote se define como un **producto final con componentes**, uno por cada tipo de IVA.

Cómo se estructura un lote

Se crea un **artículo «lote»** (el producto final, con su propio código y su código de barras) y, asociados a él como un **escandallo** (receta), tantos **componentes** como tipos de IVA lleve: un componente para la base al 4 %, otro para la base al 10 %, otro para la del 21 %. El lote es lo que se pide al proveedor y lo que se vende al cliente; los componentes solo existen para repartir el IVA.

SE COMPRA Y SE VENDE EL LOTE, NO LOS COMPONENTES

Al hacer el pedido al proveedor se pide el **artículo lote** (no los componentes): al proveedor le interesa que le pidan «15 lotes del 100», porque para él es una caja con un código. Igual en la venta: al cliente se le vende «5 lotes del 100». El SGA también maneja el lote por su código único. Solo al calcular el IVA el sistema baja al escandallo para repartir la base entre los tipos.

Cómo entra el precio: la proporción de cada IVA

LA TARIFA DA EL COSTE DE CADA COMPONENTE

Al importar la tarifa de compra del lote, se guarda el coste de **cada componente** (cada tipo de IVA). Con esos costes el sistema calcula la **proporción** que representa cada tipo de IVA sobre el total. Por ejemplo, si el lote cuesta 90 € y se reparte en 48 € (una base), 32 € (otra) y 10 € (otra), el sistema sabe qué porcentaje va a cada IVA y así, en la venta, desglosa: tanto al 4 %, tanto al 10 % y tanto al 21 %.

EN EL EXCEL DEL PROVEEDOR: UNA FILA POR LOTE CON SUS BASES

Para importar, el Excel debe traer una **fila por lote** con la referencia del lote y el precio de cada base de IVA en columnas (base 4 %, base 10 %, base 21 %). El sistema, con la referencia del lote, localiza el artículo lote y con las bases reparte los costes entre sus componentes. No hace falta el código de cada componente en el Excel: basta la referencia del lote y sus importes por base.

Cómo aparece en el albarán de venta

En la línea del albarán aparece el **lote** (por ejemplo, «lote 100, una unidad, 100 €»). En el **desglose de IVA** del documento se ve repartido: una parte al 4 %, otra al 10 % y otra al 21 %, según las proporciones del escandallo. El cliente ve un solo producto; el sistema factura correctamente los tres IVA.

BUSCAR UN LOTE: POR «LO» Y SU NÚMERO

En los documentos, un lote se localiza tecleando «**LO**» **seguido del número** del lote (por ejemplo, LO 200). El sistema reconoce ese patrón y trae el lote con sus componentes.

Lotes del cash: el mismo lote con descuento

NO SE DUPLICA EL ARTÍCULO; SE USA LA TARIFA DEL CASH

Cuando un lote se vende también en el cash a otro precio, **no se crea un artículo distinto**: se usa el mismo lote con la **tarifa del cash** (la tarifa 4), que puede llevar un descuento (por ejemplo, un 5 %). El mismo producto se vende a la tarifa 1 en la calle y a la tarifa 4 en el cash, con su descuento correspondiente.

CAMBIAR UN COMPONENTE DE UN LOTE PUNTUAL (PENDIENTE DE CONFIRMAR)

A veces se pide sustituir un componente de un lote para un cliente concreto (quitar un producto y poner otro). La forma prevista de reflejarlo es **vender el lote y, en línea aparte, ajustar** (por ejemplo, cobrar el artículo añadido o descontar el retirado), no abrir físicamente el escandallo en el sistema. El procedimiento exacto queda **pendiente de confirmar**.

RECEPCIÓN DEL LOTE EN EL SGA (PENDIENTE DE VERIFICAR)

Está pendiente de verificar con el equipo cómo recepciona el SGA exactamente un lote: se pide y se recibe por el **código único del lote** (no por los tres componentes), y al traer la información al ERP se genera **una sola entrada** del lote. El circuito completo (pedido → albarán del proveedor → admisión del SGA) se está contrastando con casos reales.

Anexo · Imprimir, exportar y enviar documentos por correo

El manejo de la impresora es común a todo el sistema: funciona igual para un pedido de compra, un albarán o una factura de venta. Por eso se explica una sola vez aquí, y el resto del manual remite a este anexo.

La impresora se configura una vez por usuario

En el menú principal hay un **botón de la impresora** que define el **comportamiento por defecto** cuando se pulsa el icono de imprimir en cualquier documento. Esta configuración es **por usuario y por puesto**: cada persona la ajusta una vez en su ordenador y queda guardada para siempre (no hay que tocarla cada vez).

El comportamiento por defecto puede ser uno de estos:

- **Ver en pantalla:** al imprimir, se abre una vista previa del documento en pantalla (equivale a generar un PDF en pantalla).
- **Imprimir por la impresora por defecto:** el documento sale directamente por la impresora configurada, sin preguntar.
- **Seleccionar impresora:** cada vez pregunta a qué impresora enviar.

DÓNDE SE CONFIGURA SEGÚN EL TIPO DE DOCUMENTO

El comportamiento se puede afinar por **tipo de documento**. En el módulo de compras, como solo se manejan documentos de compra (no facturas ni albaranes de venta), la impresora se configura en la línea de «**listados**». En ventas, cada tipo de documento (albarán, factura...) puede tener su propia configuración.

Las teclas al imprimir

Una vez en el botón de imprimir de un documento, las opciones son:

Acción	Qué hace
Pinchar / 	Aplica el comportamiento por defecto configurado (ver en pantalla, imprimir directo, etc.)
	Imprimir / ver el documento en pantalla
	Abrir el desplegable de opciones: elegir impresora, número de copias, exportar a PDF o enviar por correo

USA ESCAPE PARA LLEGAR AL BOTÓN, NO EL RATÓN

Cuando se ha marcado una lista de documentos para imprimir (por ejemplo, varias facturas), conviene desplazarse al botón de imprimir pulsando **Esc** en lugar de pinchar sobre la lista con el ratón. Si se pincha directamente, se corre el riesgo de **lanzar todos los documentos a la impresora** de golpe sin querer. Con **Esc** se llega al botón de forma controlada.

Exportar a PDF

Desde el desplegable (**F8**) se puede **exportar el documento a PDF** en lugar de imprimirlo en papel. El sistema propone una **carpeta de destino** y un **nombre de archivo** por defecto (por ejemplo, para un pedido, algo como «PetPro» seguido de la fecha y el número), que se puede cambiar antes de guardar.

NOTA SOBRE EL ESCRITORIO REMOTO

Si se trabaja a través de **escritorio remoto**, a veces el motor de impresión o la exportación a PDF pueden fallar por permisos de la carpeta de destino. Es una cuestión de configuración del puesto y de permisos que resuelve **informática**, no un problema del programa en sí.

Enviar un documento por correo

Desde el mismo desplegable se puede **enviar el documento por correo electrónico**. El funcionamiento es el siguiente:

A QUÉ DIRECCIÓN SE ENVÍA

Al marcar el envío «a nivel de proveedor» o de cliente, el sistema coge por defecto el **correo de la primera línea de la ficha** de ese proveedor o cliente. Con el botón «Para» se pueden elegir otros contactos y añadir destinatarios en **CC** (copia) y **CCO** (copia oculta).

ASUNTO Y CUERPO DEL CORREO

El sistema propone un **asunto y un cuerpo** por defecto (por ejemplo, para un pedido: «Pedido» seguido de la serie, el número, el proveedor y el destino).

RECOMENDACIONES AL ENVIAR POR CORREO

- Conviene **poner el nombre del proveedor o cliente y la fecha en el asunto**, para poder reconocer el correo más adelante.
- Conviene **rellenar siempre el asunto y el cuerpo** del mensaje: un correo con un adjunto y sin texto tiene más probabilidades de acabar en la carpeta de **spam** o en una lista negra.
- Se puede uno poner en **copia oculta (CCO)** para conservar una copia de lo enviado.

CÓMO GUARDAR COPIA DE LO QUE SE ENVÍA

Los correos que salen del sistema **no se guardan** automáticamente en una bandeja de «enviados» visible. Para tener copia de lo que se manda, se configura una **regla de reenvío** desde la cuenta que envía (por ejemplo, una cuenta tipo «info@...»), de modo que llegue una copia a quien deba archivarla. Esto lo prepara informática.

Formatos de impresión

Un mismo documento puede imprimirse con distintos **formatos**, y el formato se elige en el momento de imprimir:

- **Con logo o sin logo** de la empresa.
- **Valorado** (con importes) o **sin valorar** (sin precios). En un pedido, por ejemplo, a veces no interesa que el proveedor vea los precios.
- **Formatos especiales por cliente:** con los códigos del propio cliente, sin la columna de descuento, con textos concretos, etc. Cada cliente puede tener el suyo.

SE PUEDEN HACER LAS TRES COSAS A LA VEZ

Imprimir en papel, exportar a PDF y enviar por correo **no son excluyentes**: en una misma operación se puede, por ejemplo, generar el PDF, mandarlo por correo al cliente y sacar una copia por impresora.