

# Aprovisionamiento y comercialización: El proceso de compra



## 2º de Bachillerato Fundamentos de Administración y Gestión Contenidos

### Aprovisionamiento y comercialización: El proceso de compra

Una vez que las entidades empresariales comienzan su actividad aparecen necesidades de materias primas, bienes y servicios. En este momento se inicia un proceso de búsqueda, selección y negociación con los proveedores que suministran los bienes objetos de su actividad.

El **modelo de cinco fuerzas competitivas de Michael Porter**, analizando el nivel de competencia dentro de una industria, incorporó el poder de negociación de proveedores.

Este poder se define como la capacidad de crear acuerdos informales o incluso formales que controlan los precios y la oferta. Si bien es cierto que, en los países desarrollados, existe legislación antimonopolio con el fin de disuadir y penalizar a los proveedores que caen en este tipo de actividad, tampoco podemos soslayar que continuamente surgen casos de prácticas monopolistas en áreas como el software, finanzas, salud, servicios públicos y las compañías energéticas por prácticas colusorias.

No siempre se opta por la subida de precios, basta como en el caso de la OPEP (Organización de países exportadores de petróleo), reducir la cantidad de producto disponible, de efectos inmediatos en el caso de no existir, o ser pocos, los productos sustitutos.



*Nueva estrategia de Apple con los proveedores para abaratar costes*

Imagen alojada en la página Web [iphonedigital](http://iphonedigital.com). Licencia (CC0)

El tamaño de las empresas determina diferentes tipos de relación:

- Las PYMES suelen establecer relaciones con sus clientes de cercanía y proximidad donde el consumidor tiene el poder y el proveedor debe conocer sus pretensiones y abastecer sus expectativas.

- Las grandes superficies establecen relaciones más globales, donde el conjunto de productos prevalece sobre la búsqueda de un bien determinado. En estos casos el poder de los proveedores es mucho más intenso al fijar condiciones sobre lotes de pedidos.

En otras ocasiones, estas prácticas, no se deben a motivos estratégicos sino a la propia dinámica del negocio.

- Los proveedores pueden haber eliminado sus competidores al reducir los costos o desarrollar tecnologías punta
- La demanda supera la oferta hasta el punto de otorgar un gran poder de mercado.
- Bajadas de precios hace que muchos proveedores se ven forzados a abandonar el mercado.
- Habilidades del grupo o persona encargada de la negociación con proveedores.

En la estrategia de negociación se considera:

1. Cómo transmitir al proveedor la valía como cliente
2. Las fórmulas de compra viables en cada caso
3. La conveniencia de buscar alternativas de compra.

Sin olvidar prácticas aconsejables a todas las empresas como son la búsqueda de alternativas para reducir costes (envíos, descuentos, volúmenes de compra, garantías, ampliación plazo de pago, ...), búsqueda de otras ofertas que pudieran forzar la negociación y acostumbrarse a la estrategia oferta-contraoferencia no aceptando la primera propuesta.



*Para saber más*

## **CASO TELEPIZZA**

Un ejemplo práctico de como se negocia con proveedores podría ser Telepizza. En este caso los proveedores tienen un bajo poder de negociación puesto que el número de proveedores que pueden vender a Telepizza los productos que necesita es alto y estos productos no están diferenciados. Esto beneficia a Telepizza que puede conseguir los productos que necesita a un coste más bajo

## **NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES**

¿Cómo negociar con provee...



*¿Cómo negociar con proveedores?*  
Vídeo de Miquel Pino alojado en [Youtube](#)

## REVOLUCIÓN DEL SUMINISTRO

El día once de noviembre del 2015, el diario mundo publicó el artículo de E. MALLOL "Las cinco claves de la revolución de la cadena de suministro global".

En el mismo se citaba la importancia creciente de la tecnología en las relaciones proveedores, fabricante-distribuidor, cliente. Muchas compañías han trasladado la fabricación a países emergentes generando un inconveniente: los largos plazos de entrega, incompatibles con ciclos de vida de los productos cada vez más cortos.

El conocido "Time to market" es un factor clave del éxito empresarial. La tendencia hacia la deslocalización que se ha propagado, globalmente en las últimas décadas, dejará paso al establecimiento de redes locales donde la fabricación se desplazará a la misma región geográfica del cliente. Este nuevo concepto implica un cambio en las cadenas de producción a medida para cada fabricante, generando una nueva relación proveedor-fabricante. Las fuentes de aprovisionamiento sufrirán una adaptación primando tener distintos suministradores y alternativas cercanas.

Las dificultades geoestratégicas y la conflictividad mundial desplazará, igualmente, la fabricación hacia entornos estables y de bajo riesgo.

Otro aspecto de trascendencia creciente es la sostenibilidad. La actividad medioambiental, según una encuesta de Accenture, determina a día de hoy la elección de proveedores para el 88% de los directores ejecutivos entrevistados.

Se impone la conexión e integración sincronizando la demanda del cliente con el envío inmediato de bienes en pequeños paquetes de servicio rápido.

Fuente: <https://www.elmundo.es/economia/2015/11/11/56437b2ce2704eb3198b4631.html>

Curiosidad

## PODER DE MERCADO

Existen empresas que dominan industrias-mercado, su poder es tan alto que

representan cuotas de mercado casi globales, aquí presentamos algunos ejemplos:

- DeBeers. Mercado de diamantes.
- Microsoft. Mercado de sistemas operativos de computadoras personales.
- Intel y AMD. Mercado de chips de procesadores.
- Cargill y Monsanto. Mercado de producción de semillas agrícolas.

## Proveedores

eficacia en el desarrollo de la gestión del aprovisionamiento depende en gran medida de la eficacia de los proveedores contratados por la empresa. El suministro de materias primas, productos semielaborados y/o productos elaborados es pieza básica para el desarrollo de las actividades empresariales.

Si el proceso se desarrolla de forma eficaz agrega valor al negocio considerando los impactos positivos en términos de reducción de costos, servicio al cliente y resultados financieros.

Tendremos en cuenta que:

- La compra a proveedores supone una contribución importante en relación a los costes totales
- El volumen de inventarios adquiridos es determinante en relación al coste total de aprovisionamiento
- La flexibilidad para satisfacer la demanda del mercado muchas veces depende de la flexibilidad con los proveedores
- La innovación de los productos está determinada en gran medida por parte de la gestión con los proveedores.

Estos condicionantes aparecen como factor clave de la competitividad de la empresa la gestión de la relación con los proveedores.

La intención es mejorar la función de aprovisionamiento para incrementar la productividad, implementar prácticas de I+D (Investigación y Desarrollo) a partir de las compras y la mejora de los servicios externos (servicios públicos, transportes, etc.) existentes en el entorno.

Antes de proceder a la búsqueda de proveedores es importante conocer detalladamente las necesidades y en qué condiciones deben ser resueltas junto a la investigación del mercado al que nos enfrentamos. A partir de esta realidad comenzaremos el proceso de búsqueda.



*Expo Proveedores 2012*

Imagen alojada en la página Web del la J.C. de Castilla -León Turismo Nuevo León. Licencia ([CC0](#))

## BÚSQUEDA DE PROVEEDORES

Normalmente, se realiza en el departamento de compras tras tener muy claro cuáles son los productos que se necesita adquirir, de qué calidad y en qué cantidad. Calculamos el coste económico para la empresa en este procedimiento, considerando en el proceso los productos que se compran con más asiduidad y que el ahorro que suponga sea superior a la inversión realizada en la búsqueda y selección de los proveedores. Estudiamos el impacto de las materias primas y/o los productos en nuestra productividad, calidad y competitividad.

Se tiende a buscar más de un solo proveedor. Es preferible contar con diversas opciones evitando quedarse sin abastecimiento si un proveedor falla.

- Realizado este análisis, comienza el proceso de selección desde diferentes situaciones de partida:
- La empresa inicia su actividad y debe buscar toda clase de proveedores.
  - La empresa tiene ya unos proveedores que habitualmente le suministran, pero no se encuentra satisfecha con ellos.
  - Se quiere ampliar la cartera de proveedores para realizar comparaciones de productos y de condiciones comerciales.

En el proceso de búsqueda de información la empresa acudirá a internet, prensa, radio y televisión, publicaciones especializadas, ferias y exposiciones, asociaciones empresariales y profesionales, bases de datos públicas y privadas, anuarios económicos u otras fuentes.

Posteriormente, la empresa solicitará información mediante distintos medios (carta, representante, visitas personales, ...) sobre condiciones económicas, condiciones técnicas y servicio postventa.

La información recogida la recopilamos en una ficha como la siguiente para poder efectuar análisis comparativos posteriores

	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4
Datos de Contacto				
Precio del producto				
Descuentos				
Plazo de entrega				
Forma de envío				
Gastos adicionales				
Otros				

Ficha comparativa proveedores  
Tabla de elaboración propia

Para poder guardar la información y efectuar la posterior evaluación de proveedores podemos emplear la siguiente ficha informativa.

FICHA DE PROVEEDORES			
Nombre		CIF	
Domicilio			
Localidad		C.P.	
Teléfono		Fax	
E mail			
PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SUMINISTRA			
CONDICIONES COMERCIALES			
Precio	Descuento	Forma de pago	Plazo de entrega
	Comercial: Rappels:		
Precio	Descuento	Forma de pago	Plazo de entrega

*Ficha de proveedores*  
 Tabla de elaboración propia

## Comprueba lo aprendido

Un solo proveedor facilita la capacidad de negociación siendo beneficioso para las empresas.

☐ Verdadero ☐ Falso

**Falso**

## Relación con los proveedores



## Historieta - Gestión de compras y abastec...



*Historieta - Gestión de compras y abastecimiento*  
Vídeo de Elpolivirtual alojado en [Youtube](#)

### *Comprueba lo aprendido*

Lea el párrafo que aparece abajo y complete las palabras que faltan.

Con la información que se recabe en el proceso de  se realiza una ficha de cada  para formar un fichero de proveedores en el que se reflejarán las  de los artículos que pueden suministrar y las  comerciales y un cuadro comparativo en el que se reflejen las condiciones ofrecidas por todos los proveedores en cuanto a calidad/  , forma de  ,  , plazo de  , etc.

**Enviar**

### *Curiosidad*

La asociación de ferias españolas describe las ferias como una oportunidad inmejorable para identificar posibles proveedores, subcontratistas, representantes, importadores y distribuidores.

Según un estudio de CEIR las ferias se colocan en segundo lugar en el ranking, sólo detrás de la venta directa, en lo que se refiere a su influencia en el proceso de ventas, en un 91% de los casos, la participación en ferias constituye un factor clave para la toma de decisiones de compra, para el 85% de las empresas, la participación en ferias supone un ahorro de costes importante y el 83% de los hombres de negocios líderes confía en las ferias como instrumento para estar al corriente sobre las tendencias del sector





# Evaluación

En el apartado anterior elaboramos un cuadro comparativo con datos de las ofertas de los diferentes proveedores para su posterior estudio y valoración.

Sería en este instante cuando se procederá a la elección del proveedor basándonos básicamente en factores económicos y de calidad, aunque no podemos ignorar algunos otros.

En la siguiente tabla se recogen criterios a tener en cuenta:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN A PROVEEDORES		
FACTORES ECONÓMICOS	FACTORES DE CALIDAD	OTROS FACT
Precio del producto Descuentos comerciales Seguros y portes Formas de pago (aplazamiento) Pedido mínimo	Calidad de los productos Garantías Servicio técnico Servicio de atención al cliente Asesoramiento técnico	Plazo de entrega Devoluciones Forma de trabajo proveedor Tamaño de la emp Localización Experiencia Estabilidad del pro Referencias

Criterios de evaluación a proveedores  
Tabla de elaboración propia

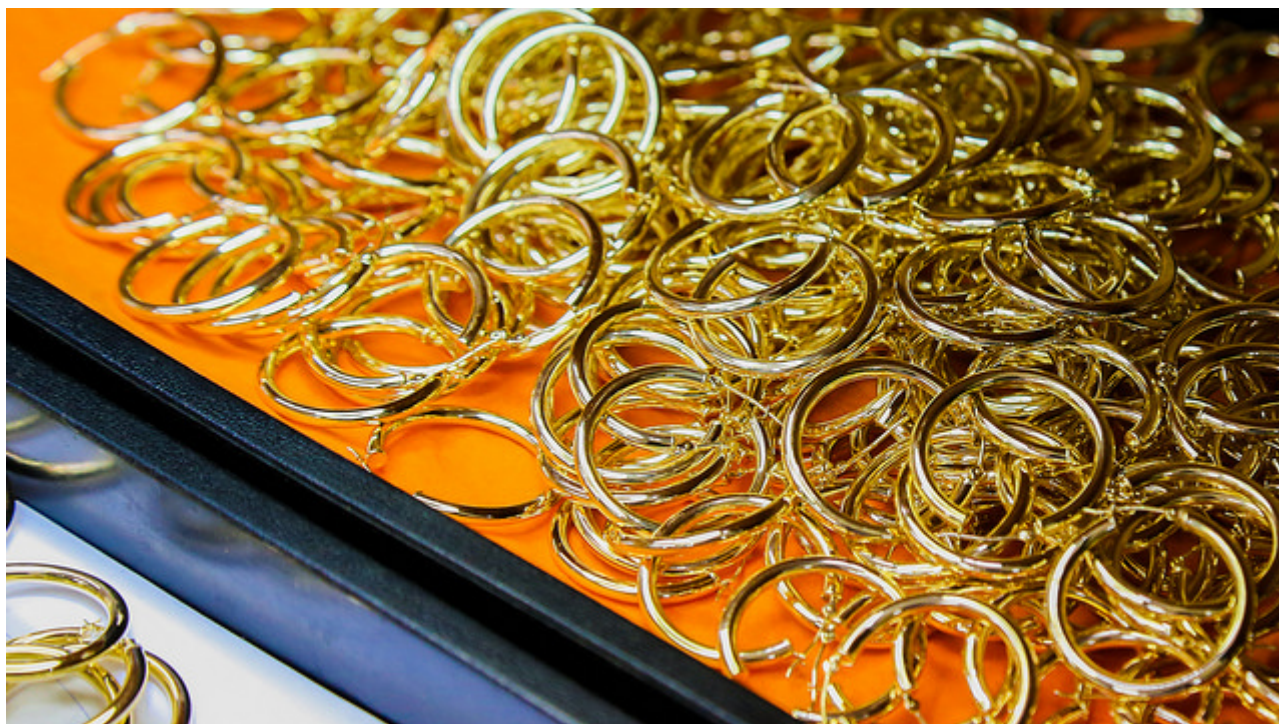
Cada empresa debe enfrentarse a este procedimiento como estime oportuno. Es sencillo asignar una valoración a cada uno de los criterios anteriores (u otros que considerara importantes) en función de la importancia que tengan para ella y así ordenar las ofertas existentes.

En primer lugar clasificamos por orden y descartamos aquellos que no llegan a nuestros niveles mínimos. Parece conveniente comunicar la decisión a los proveedores por si pudieran modificar esas propuestas o en el futuro pudieran cambiar la situación.

Posteriormente establecemos, acorde a las valoraciones que hemos realizado (por ejemplo: seis puntos a factores económicos, tres puntos a factores de calidad, un punto a otros factores) la relación ordenada de los proveedores de la empresa.

Por último elegimos que proveedores nos interesa contratar.

(Recordamos: No es conveniente contratar un sólo proveedor -no pongamos todos los huevos en la misma cesta-).



*Joyería. Zonas francas*

Imagen de José Luis Torres / Presidencia República Dominicana alojada en la página Web Pixabay. Licencia (CC0)

El procedimiento no termina aquí. Seleccionados los proveedores procedemos a realizar el pedido y , en el proceso de mejora continua, realizar el seguimiento del mismo:

- Revisando las entregas
- Supervisando las condiciones cualitativas y cuantitativas del pedido conforme a la facturación
- Decidiendo la aceptación o no del pedido

Tras estas operaciones pasamos a gestionar embalajes y desperdicios y gestionar los stocks conforme a nuestra función de almacenamiento.

## *Comprueba lo aprendido*

A la hora de seleccionar proveedores los seguros y los portes son factores de calidad a tener muy en cuenta.

☐ Verdadero ☐ Falso

**Falso**

## **Ejemplo selección de proveedores**

Un centro educativo desea renovar 150 libros de lectura. Selecciona los proveedores y llega a una etapa final en la que se han considerado como más interesantes las ofertas que aparecen en esta tabla:

CONDICIONES ECONÓMICAS			
CARACTERÍSTICAS	FABRICANTES A	FABRICANTES B	FABR
Precio del producto	10	12	
Descuentos comerciales	5%	10%	
Transporte	0,10€ c/u	0,05€ c/u	0,1
Seguros y portes	Incluido en el porte	Incluido en el porte	Incluido
Rappels	5% por compras superiores a 1.000€	5% por compras superiores a 1.000€	10% p superio

CONDICIONES CALIDAD			
CARACTERÍSTICAS	FABRICANTES A	FABRICANTES B	FABR
Calidad del producto	Óptima	Óptima	Ó
Plazo de entrega	10 días	5 días	5
Facilidad de pago	Contado	30, 60, 90 días sin recargo	30, 60, re

*Selección de proveedores*

Tabla de elaboración propia

Atendiendo a los factores económicos tenemos la siguiente situación:

	FABRICANTES A	FABRICANTES B	FABRICANTES C
PRECIO	1500	1800	2250
DESCUENTO	75	180	337,5
TRANSPORTE	15	7,5	15
TOTAL SIN RAPPEL	1440	1627,5	1927,5
RAPPEL	1368	1546,12	1734,75
TOTAL	1368	1546,12	1734,75

*Criterios económicos*  
 Tabla de elaboración propia

La solución no es tan sencilla como parece: el fabricante A proporciona un precio mejor que el B pero obliga a pagar el contado mientras el B permite periodificar el gastos en tres meses además de ofrecer el producto en el doble de tiempo. La empresa debe considerar si existe coste de oportunidad en la financiación y si necesita el producto inmediatamente.



## ELEGIR PROVEEDORES



*5 tips para elegir un buen proveedor*  
 Vídeo de Claro Perú alojado en [Youtube](#)

## Comprueba lo aprendido

Lea el párrafo que aparece abajo y complete las palabras que faltan.

Una vez seleccionados los  procedemos a realizar el  y el seguimiento del mismo revisando las  , supervisando las condiciones cualitativas y  del pedido conforme a la  y decidiendo la  o no del pedido.

**Enviar**

## Para saber más

**Dentro del área de compras de todas las empresas debe existir una evaluación de proveedores, que debe operar durante el desarrollo de sus actividades, con una serie de objetivos muy concretos:**

1. Analizar los puntos fuertes y débiles de cada proveedor para mejorar nuestra capacidad de negociación
2. Conocer al personal encargado de las relaciones comerciales para generar un buen clima de negociación y mejorar el servicio que nos ofrecen.
3. Conseguir proveedores estratégicos de calidad mejorando el suministro.

La clave se encuentra en agilizar el proceso de abastecimiento.



# Negociación

Una vez seleccionados y evaluados los proveedores nos adentramos en otra compleja actividad: la negociación.

Definimos negociar como tratar dos o más personas (entidades jurídicas) para la resolución de un asunto. En esa resolución ambas partes intentan conservar los intereses particulares pero ocurre, con frecuencia, que se cede en algunos elementos para evitar la ruptura de las negociaciones.

La clave a la hora de negociar son las relaciones sociales. Empatizar, facilitar la comodidad y el respeto mutuo son puntos básicos para conseguir los objetivos propuestos.

Existen autores que clasifican esta negociación colaborativas (YO GANO / TU GANAS) ya que ambas partes deben quedar satisfechas con el acuerdo.

En principio consideramos como amistosa la actitud, se confía en el otro, intentado cubrir las necesidades de la otra parte, llegando a aceptar pérdidas para llegar al acuerdo.



*Negociación*

Imagen de Universidad Magallanes alojada en la página Web Pixabay. Licencia ([CC0](#))

Esta sería la situación normal aunque no siempre es así. Las negociaciones simples y a corto plazo versan sobre un aspecto en particular volviéndose compleja y a largo cuando nos enfrentamos a varios aspectos o las circunstancias obligan a una negociación competitiva donde uno debe perder. Este tipo de acuerdos tienen mucha dificultad, aunque lleguemos a un acuerdo el proceso no ha terminado con la firma, después debemos llevar a cabo. Si no existe el compromiso de la otra parte será muy complicado que se cumpla.

Siguiendo las recomendaciones de G. Kennedy en su manual "Cómo negociar con éxito" existen tácticas para afrontar negociaciones a utilizar:

- Expectativas de Futuro. Se habla de posibilidades de beneficios futuros.
- El Ancla. Abrir la negociación con una petición extremadamente alta, mucho más de lo que habíamos previsto. Esta táctica permite obtener buenos resultados en las negociaciones sobre temas subjetivos.
- El Bueno y el Malo. Mostrar una línea muy dura con respecto a la cuestión debatida, posteriormente, otro miembro del equipo presenta una postura más razonable.
- El Farol. Exigir de forma explícita a la otra parte, que mejore su ofrecimiento, pues tiene otra/s propuesta/s que le ofrecen condiciones mejores.
- El Enlace. En ocasiones, la otra parte puede querer centrarse o comenzar por algún punto en el que es evidente nuestra debilidad con el objetivo de conseguir algunas concesiones extra por nuestra parte.
- Apuntar al corazón. Se trata de despertar la compasión de la otra parte, relacionando el tema en conflicto con los posibles efectos.
- La pluma en el aire. En ocasiones anunciar los éxitos antes de tenerlos seguros puede ser peligroso. El otro negociador no tiene más que retrasar la firma del acuerdo cuando hemos hecho



público el acuerdo, para obtener de nosotros concesiones imprevistas de última hora.

- Falta de Autoridad / Es Política de la Empresa. En toda negociación es de crucial importancia saber con quién estamos negociando y quién representa a la otra parte.
- Bolsillos vacíos. Consiste en convencer a la otra parte de que deseamos llegar a un trato pero que no hay posibilidad alguna de acceder a sus demandas iniciales, con el objetivo de que reduzcan sus exigencias a veces de manera significativa.
- Arriba y Abajo. Actitud de "no" ante tales demandas, seguimos dejando la responsabilidad en manos de la otra parte.

Para preparar la fase de negociación aplicaremos los siguientes conceptos:

### **Antes de comenzar**

Selección y evaluación de proveedores.

### **Preparación**

Concretar los objetivos que nos planteamos y las renunciaciones que podemos acometer.

### **Negociación**

Generar confianza, escuchar, plantear un clima agradable y adaptar posiciones flexibles.

### **Acuerdo**

Firma escrita del mismo.



*Comprueba lo aprendido*

Normalmente partimos de la estrategia negociadora win-win (ganar-ganar)

☐ Verdadero ☐ Falso

**Verdadero**

## **CLAVES EN LA NEGOCIACIÓN**

**OBS Business School** indica algunas claves para mejorar la negociación aplicable a cualquier tipo de empresas.

- Tener claros los objetivos
- Dotarse de la mayor información posible
- Preparar las reuniones
- Preparar un elemento estratégico que nos aporte ventaja en caso de encallarse las negociaciones
- Evaluar la negociación
- Llevar un registro de las negociaciones emprendidas

**Stephen Key**, gurú de la negociación aporta algunos consejos:

1. Sentido del humor.
2. Recuerda que el tiempo es tu amigo.
3. Haz tu tarea (conoce puntos fuertes y débiles).
4. Ten una gran actitud.
5. Comienza con una hoja de condiciones.
6. Los contratos pueden cambiar.
7. Siempre ten en mente algunas cosas a las que puedes renunciar.
8. Habla fuerte.
9. No trates de negociar todos los problemas el mismo día.

## Comprueba lo aprendido e

- ☐ La estrategia de bolsillos vacíos consiste en la actitud de "no" ante las demandas exigentes

- ☐ El enlace consiste en exigir de forma explícita a la otra parte, que mejore su ofrecimiento, pues tiene otra/s propuesta/s que le ofrecen condiciones mejores.

- ☐ La pluma en el aire trata de despertar la compasión de la otra parte, relacionando el tema en conflicto con los posibles efectos.

- ☐ El Ancla consiste en abrir la negociación con una petición extremadamente alta, mucho más de lo que habíamos previsto.

### Mostrar retroalimentación

#### Solution

1. Incorrecto
2. Incorrecto
3. Incorrecto
4. Correcto

## Gestión de Proveedores

Interesante video de como aplicar la tecnología a la PYME en lo referente a la gestión de proveedores.

### Gestión de Proveedores



*Gestión de proveedores*

Vídeo de Avanzapyme alojada en [Youtube](#)

# Operación de compraventa

Con la negociación ya establecida formalizamos los acuerdos en contratos de compraventa. Estos contratos están regulados por la **normativa mercantil**.

Los aspectos clave de un contrato con proveedores son:

- Objeto del contrato: Detallar cuál es la prestación que se contrata o en qué consiste la colaboración, detallando todos los extremos posibles e indicando lo que incluye y lo que no.
- Condiciones económicas: Debe indicarse cuál es el precio por dichos productos, que incluya la forma de pago establecida y qué sucede en caso de impago.
- Condiciones de ejecución: Es esencial determinar cómo se va a llevar a cabo la prestación, si existen plazos y cuáles son.
- Responsabilidades y garantías: Es esencial trazar a qué se compromete el prestador

Específicamente, las operaciones de compraventa con proveedores están sujetas, legislativamente, al **impuesto sobre el valor añadido (IVA)**.

El **IVA** es un tributo de *naturaleza indirecta* que grava la entrega de bienes y prestación de servicios, adquisiciones intracomunitarias y las importaciones de bienes. Se aplica en todo el territorio peninsular e Islas Baleares.

Algunas actividades están exentas de este impuesto: exportaciones de bienes, entregas intracomunitarias, prestación de servicios hospitalarios y asistencia sanitaria, enseñanza escolar, universitarias y de postgraduados, enseñanza de idiomas y formación y reciclaje profesional, propias de bibliotecas y centros de documentación, visitas a museos, parques naturales, pinacotecas, jardines botánicos, representaciones teatrales, musicales, organización de exposiciones y de carácter similar. Transporte de enfermos o heridos, operaciones de seguro, entregas de sellos y depósitos de efectivo.

La *obligación del pago* de este impuesto se origina cuando los bienes se ponen a disposición del adquirente o cuando se prestan los servicios.

La *base imponible* está constituida por el importe total de las operaciones, incluyendo el importe de la contraprestación, las comisiones, transportes, seguros, envases, embalajes, tributos que recaigan sobre la operación (excepto IVA), excluyendo, en todo caso, los descuentos y bonificaciones.



Factura

Un ejemplo de lo expuesto sería:

Una empresa vende a otra 25 unidades de producto al precio de 6,25€. La empresa realiza un descuento del 10%. Se envían 25 envases al precio de 0,20€. Se cobra por el transporte 15€. Determinamos la base imponible.

Importe de la venta: 156,25€

Descuento: 15,62€

Envases: 5€

Portes: 15€

**Base imponible: 160,63€**

El tipo aplicable del IVA no es único, son tres diferentes:

**Tipo general 21%:** Todos los bienes o servicios a los que no se aplica tipo reducido o superreducido.

**Tipo reducido 10%:**

- Los transportes de viajeros y sus equipajes.
- Hostelería, balneario, restaurantes y, en general, el suministro de comidas y bebidas para consumir en el acto.
- Los servicios efectuados en favor de titulares de explotaciones agrícolas, forestales o ganaderas (plantación, siembra, injertado, abonado, cultivo y recolección, cría, guarda y engorde de animales, etc.)
- Los servicios de limpieza de vías públicas.
- Servicios de recogida, almacenamiento, transporte, valorización o eliminación de residuos, limpieza de alcantarillados públicos y desratización, y la recogida de aguas residuales.
- La entrada a bibliotecas, archivos, centros de documentación, museos, galerías de arte, pinacotecas.
- Las ejecuciones de obras de renovación y reparación realizadas en viviendas.
- Los arrendamientos con opción de compra viviendas, incluidas un máximo de 2 plazas de garaje y anexos.
- Los espectáculos deportivos de carácter aficionado
- Exposiciones y ferias de carácter comercial
- La cesión de los derechos de aprovechamiento por turno de edificios, cuando el inmueble tenga, al menos diez alojamientos.

**Tipo superreducido 4%:**

- Pan común, masa de pan congelada, leche, queso, huevos, frutas, verduras, hortalizas, legumbres y tubérculos.
- Libros, revistas y periódicos.
- Medicamentos para uso humano.
- Vehículos para minusválidos, sillas de ruedas y para transporte de colectivo de minusválidos.
- Prótesis, ortesis e implantes.
- Viviendas de protección oficial.

Se incluyen dentro de este tipo de IVA reducido los siguientes servicios:

- Reparación de vehículos para personas con movilidad reducida y los servicios de adaptación de los vehículos a motor para transportar personas con discapacidad.
- Los arrendamientos con opción a compra de viviendas de protección oficial en el régimen especial de promoción pública, incluidas las plazas de garaje y anexos.
- Los servicios de teleasistencia, ayuda a domicilio, centro de día y de noche.



*Naranjas: IVA superreducido*

Imagen de Alexis Martíalojada en la página Web Pixabay. Licencia (CC0)

## Comprueba lo aprendido

La entrada a bibliotecas, archivos, centros de documentación, museos, galerías de arte, pinacotecas soporta un IVA reducido del 10%.

☐ Verdadero ☐ Falso

Verdadero

## Gestión del IVA

La gestión del impuesto genera una serie de obligaciones formales por parte de los sujetos pasivos:

El artículo 164 de la ley 37/1993 del IVA establece las obligaciones formales de los sujetos pasivos del IVA:

- Libros de IVA obligatorios: Libro registro de facturas expedidas, libro registro de facturas recibidas, libro registro de bienes de inversión, libro registro de determinadas operaciones intracomunitarias.
- Presentación de autoliquidaciones de impuestos: Los empresarios y profesionales deben recaudar el impuesto para su ingreso en la Agencia Tributaria a través del modelo 303. Ese ingreso se realiza, de manera general, **en el mes siguiente a la finalización de un trimestre natural**, entre los días 1 y 20.

Es decir, la liquidación del primer trimestre del año (enero, febrero y marzo) se presenta del 1 al 20 de abril. La del segundo trimestre (abril, mayo y junio) se presenta del 1 al 20 de julio. La del tercer trimestre (julio, agosto y septiembre) se presenta del 1 al 20 de octubre. Y la del cuarto trimestre (octubre, noviembre y diciembre) se presenta del 1 al 30 de enero del año siguiente.

Podrán deducirse de las cuotas devengadas, las cuotas soportadas en las adquisiciones que hayan realizado en el mismo período.

- Presentación de declaraciones censales: modelo 036 o 037 y son obligatorias para diferentes asuntos como pueden ser darse de alta en el censo de empresarios, profesionales o retenedores, solicitud del CIF provisional o definitivo, solicitud de inclusión en el registro de operadores intracomunitarios, comunicación de inclusión en determinados regímenes especiales, etc.

- Obligaciones de facturación: Expedir y entregar factura u otros justificantes por las operaciones que realicen en el desarrollo de su actividad y a conservar copia de las mismas y conservar las facturas u otros justificantes recibidos de otros empresarios o profesionales por las operaciones que hayan realizado en ejercicio de su negocio.
- Obligaciones de información: Declaración resumen anual de IVA (modelo 390) y, para quienes realizan operaciones intracomunitarias, el modelo 349 o la declaración de Intrastat.

## *Comprueba lo aprendido*

Lea el párrafo que aparece abajo y complete las palabras que faltan.

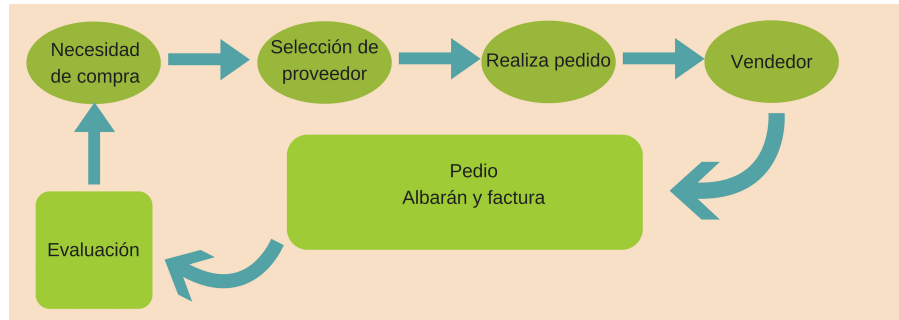
Los libros establecidos como obligación  de gestión del  son el libro registro de  expedidas, el libro registro de facturas  , el libro registro de  de  y el libro registro de determinadas   .

**Enviar**



# Proceso de Compra

Iniciado el proceso de compra aparecen una serie de procesos, acompañados de una serie de documentos, que se detallan a continuación.



*Proceso de compra*  
Esquema de elaboración propia

En primer lugar hablaremos del pedido, documento mediante el cual el comprador solicita al vendedor una serie de productos de acuerdo a las condiciones que pactaron.

La orden de compra o nota de pedido es un documento que realiza el comprador donde se recogen los datos que identifican a las partes, el número de pedido, la fecha de emisión, la cantidad a comprar, el tipo de producto, el precio y las condiciones de pago, plazo de entrega, forma de envío y la firma de quien lo emite. Debe tener un duplicado.

El pedido se puede realizar por medios electrónicos, correo ordinario o a través de representante.

## HOJA DE PEDIDO

Fecha Pedido
Su pedido n°:

DIRECCIÓN DE FACTURACIÓN						
Empresa					Cif	
Actividad					Nº empleados	
Dirección						
Población		Provincia		C.P.		
Tlfno		Fax				
E-mail						
Horario de entrega						
Persona que hace el pedido						
Cargo				Dpto		

DIRECCIÓN DE ENTREGA (si es distinta a la de facturación)					
Nombre dirección					
Dirección					
Población		Provincia		C.P.	
Persona de contacto					
Horario de entrega					

[illegible]

Tabla de elaboración propia

Tras recibir el vendedor el pedido, si lo acepta, enviará al comprador los productos junto con el albarán correspondiente (documento que acredita la recepción de los productos).

El albarán recoge los datos del cliente, fecha de emisión, número de albarán, referencia y descripción del producto junto a su precio y descuento (si lo hubiera) y la suma total.

<b>Nombre</b>	...	<b>Datos del cliente</b>					
<b>Dirección:</b>	...	<b>Nombre:</b> .....					
<b>Población:</b>	...	<b>Dirección:</b> .....					
<b>C. Postal:</b>	.....    Provincia: .....	<b>Población:</b> .....					
<b>CIF / NIF:</b>	.....	<b>Provincia:</b> .....					
<b>Tef. Fijo</b>	.....	<b>CIF / NIF:</b> .....					
<b>Tef. Móvil</b>	.....	<b>E-mail:</b> .....					
<b>Fax.</b>	.....	<b>Fecha de Emisión</b>				<b>Nº de Albarán</b>	
<b>E-mail:</b>	.....						
<i>Referencia</i>	<i>Descripción</i>	<i>Unidades</i>	<i>Precio Unidad</i>	<i>{% Descuento}</i>	<i>{precio con descuento}</i>	<i>Total</i>	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
					0,00	0,00	
<b>Suma Total</b>				<b>- €</b>			
<b>IVA %</b>				<b>21%</b>		<b>- €</b>	
<b>Total Albarán</b>				<b>0,00 €</b>			
<b>Observaciones</b>				<b>Firma</b>			

Tabla de elaboración propia

Tras acreditarse la entrega se emite el documento que recoge toda la información que origina la operación de compraventa y que sirve como justificante y prueba de la operación realizada: la **FACTURA**.

El contenido de las facturas es el siguiente:

1. Identificación del vendedor y comprador (nombre y apellidos o razón social completa, NIF y domicilio fiscal).
2. Número de factura y serie
3. Fecha de expedición
4. Descripción de la operación donde aparezcan todos los elementos para determinar la base imponible.
5. Tipos impositivos aplicados
6. Cuota tributaria
7. Importe total

Quando el importe de la factura no exceda de 400€ (3000 € en ventas al por menor, transporte de personas, ventas a domicilio, bares, restaurantes o discotecas, peluquerías) se podrá emitir una factura simplificada (ticket).

Sólo se expide un original de cada factura aunque es posible emitir duplicados.

La cuota del IVA se obtiene al aplicar el tipo impositivo a la base imponible, y sumada esta, se obtiene el importe total de la factura.

## Comprueba lo aprendido

La recepción de productos se acredita mediante la hoja de pedido

☐ Verdadero ☐ Falso

**Falso**

Se acredita mediante el albarán.

## Suministro Inmediato de Información (SII)

El SII es un cambio del sistema de gestión actual del IVA, pasando a un nuevo sistema de llevanza de los libros registro del Impuesto sobre el Valor Añadido a través de la Sede electrónica de la AEAT, mediante el suministro cuasi inmediato de los registros de facturación.

El nuevo SII será aplicable con carácter obligatorio a los sujetos pasivos que actualmente tienen obligación de autoliquidar el IVA mensualmente:

- Inscritos en el REDEME (Registro de Devolución Mensual del IVA)
- Grandes Empresas (facturación superior a 6 millones de €)
- Grupos de IVA
- Sujetos pasivos que, voluntariamente, decidan acogerse al mismo

Los sujetos pasivos acogidos al SII están obligados a llevar, a través de la Sede electrónica de la AEAT, los siguientes libros registro:

- Libro registro de facturas expedidas.
- Libro registro de facturas recibidas.
- Libro registro de bienes de inversión.
- Libro registro de determinadas operaciones intracomunitarias.

## Comprueba lo aprendido

Se puede emitir un ticket por importe total de 1.500€ en concepto de transporte de personas.

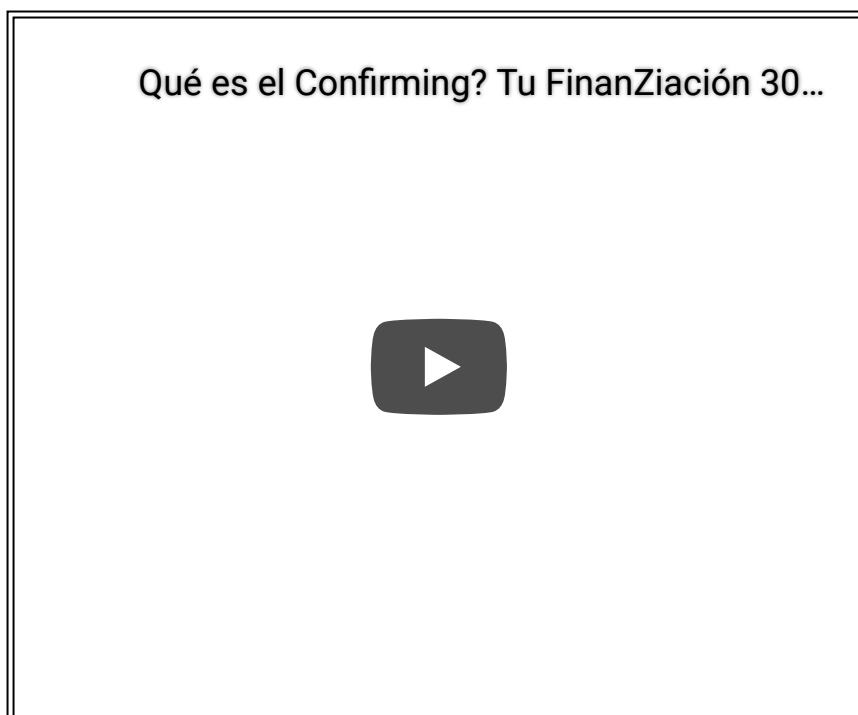
☐ Verdadero ☐ Falso

**Verdadero**

## CONFIRMING

Nuevas tendencias en la financiación empresarial.

**El confirming** es un tipo de servicio financiero consistente en gestionar los pagos de una empresa a sus proveedores nacionales, y que incluye para el acreedor la posibilidad de cobrar los pagos con anterioridad a su fecha de vencimiento.



*Confirming*

Vídeo de Max Henry Medina Zapata alojado en [Youtube](#)

# Proceso de pago

Para finalizar la función de aprovisionamiento se procederá al pago a los proveedores.

Existe un concepto económico muy importante en la gestión de cobros y pagos: el **período medio de maduración**. Mide el tiempo medio que tardamos en recuperar una unidad monetaria desde que la soltamos para iniciar el proceso productivo (compra de materia prima) o comercial (compra de mercaderías) hasta que la recuperamos con su ingreso en nuestra cuenta.

Son muy pocas las afortunadas empresas que gozan de periodos medios de maduración negativos, es decir, que cobran antes que pagan. Las empresas necesitan gestionar su financiación.



*Pago*

Imagen de elaboración propia

## MOMENTO DEL PAGO A PROVEEDORES

Esta gestión del pago versa, fundamentalmente, por el momento de pago, elemento clave que se establece por acuerdo entre las partes.

Si la empresa no dispone de dinero (liquidez) para hacer frente a la obligación que subyace a la compra de materias primas o mercaderías se le presenta pocas opciones:

Esperar a cobrar de los clientes con el riesgo de no disponer de stocks, buscar dinero en entidades financieras con los consiguientes gastos de financiación o aplazar el pago a un momento posterior.

Por tanto, en relación al pago, existen dos posibilidades:

- Pago al contado
- Pago aplazado o a crédito

Los créditos se clasifican en corto plazo (aplazamiento a un año) y largo plazo (aplazamiento superior al año).

Si pagamos al contado lo haremos en efectivo (prohibido en España para importes superiores a 2.500€), por transferencia bancaria, domiciliación bancaria, ingreso en cuenta, pago con cheque, pago contra reembolso y pago con tarjetas bancarias.

Si pagamos de forma aplazada lo haremos a través de dos instrumentos: las letras de cambio y los pagarés.

La Letra de cambio es un documento por el que una persona (librador) ordena de forma incondicional a otra (librado) pagar una cantidad determinada a un tercero (tomador o tenedor), en un lugar y fecha determinada.

En una letra de cambio intervienen:

1. Librador: Quien emite la letra
2. Librado: A quien va dirigida la orden de pagar



3. Tomador: Persona señalada para cobrar la letra.
4. Tenedor: Poseedor de la letra transmitida por endoso.
5. Endosante: Quien, siendo poseedor de la letra, transmite a otra por medio del endoso.
6. Avalista: Respalda a quien debe pagar la letra.

Una letra incluye:


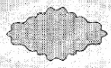
1. Lugar de libramiento (emisión)
2. Fecha de libramiento
3. Vencimiento
4. Moneda
5. Importe (en cifras y letra)
6. Tomador
7. Lugar de pago
8. Acepto (por el librado)
9. Identificación del librador
10. Identificación del librado
11. Cláusulas (si existieran)
12. Timbre (al estar sujetas al impuesto de transmisiones y actos jurídicos documentados)

Una vez que la letra de cambio se endosa (transmitida) la persona adquiere todos los derechos inherente a ella.

BOE núm. 169

Viernes 16 julio 1999

26915

Lugar de libramiento		MONEDA		IMPORTE		<b>CLASE 0*</b>  000€ 000PTA de 00.000 PTA a 000.000 PTA 0 A 0000000
Por esta LETRA DE CAMBIO pagará usted al vencimiento expresado a la cantidad de (sugeto o letra)		Fecha de libramiento Día Mes Año		VENCIMIENTO		
Persona o entidad: Dirección u oficina: Población:		en el domicilio de pago siguiente: CÓDIGO CUENTA CLIENTE (CCC) Entidad Oficina CC Núm. de cuenta				
ACEPTO Fecha (Firma)		CLÁUSULAS: LIBRADO Nombre: Domicilio: Población: C.P.:		LIBRADOR: (Firma, nombre y domicilio)		
Provincia:		No utilizar este espacio por estar reservado para impresión magnética				

*Letra de cambio*

Imagen alojada en el BOE. Licencia (CC0)

### ¿Qué ocurre cuando una letra no se paga?

El tenedor puede:

- Acción directa: contra el aceptante y su avalista
- Acción de regreso: contra endosantes, librador y demás obligados.

### Requisitos legales para su correcta confección

La Ley Cambiaria y del Cheque establece los siguientes requisitos mínimos para considerar un documento letra de cambio:

1. La denominación de Letra de Cambio inserta en el mismo texto del documento y expresado en el mismo idioma empleado en la redacción del documento.
2. La orden pura y simple de pagar una suma determinada.
3. Nombre del que debe pagar (Librado).
4. Indicación de la fecha de vencimiento.
5. Lugar donde el pago debe efectuarse.
6. Nombre de la persona a cuyo cargo debe efectuarse el pago suele corresponder con el librador de la letra.

7. Fecha y lugar donde se emitió la letra.
8. La firma del que gira la letra (Librador).

**Un ejemplo de una letra de cambio sería el siguiente**

The image shows a 'Letra de Cambio' form with the following details and annotations:

- 1: Lugar de libramiento (Alicante)
- 2: MONEDA (Euros)
- 3: IMPORTE (#1.000.- €)
- 4: Fecha de libramiento (15-05-2008)
- 5: VENCIMIENTO (15 de Julio de 2008)
- 6: pagará usted al vencimiento expresado a (Sociedad del Librador S.A.)
- 7: la cantidad de (importe en letras) (Mil euros)
- 8: en el domicilio de pago siguiente: (Banco Santander, C. Alcalde Lorenzo Carbonell 44, 03007 Alicante)
- 9: Datos del librado: (Sociedad del Librada S.L., C. Reyes Católicos 25, 03007 Alicante)
- 10: ACEPTO (01/03/2008)
- 11: FIRMA AUTÓGRAFA DEL LIBRADOR
- 12: Tasa de timbres - Actos Jurídicos Documentados-
- 13: Identificación del documento utilizado para su cumplimentación

*Letra de cambio*

Imagen alojada en la página Web Wikipedia. Licencia [\(CC0\)](#)

1. Lugar de emisión
2. Tipo moneda en la que se ha emitido
3. Se expresa la cantidad a pagar en números
4. Fecha de libramiento: el momento en que se ha emitido la letra de cambio, especificándose día, mes y año.
5. Fecha de vencimiento: fecha en la que el librado, quién tiene que pagar ha de hacer efectivo el pago
6. Librador: datos del emisor de la letra de cambio
7. Cantidad de la letra de cambio expresada en letra debiendo coincidir con la expresada en números.
8. Domicilio de pago: información relacionada con la entidad bancaria, domicilio de la entidad y número de cuenta.
9. Datos del librado: identificación y dirección de la persona, física o jurídica, que ha de realizar el pago
10. Aceptación por parte del librado del pago
11. Firma autógrafa del librador, del emisor de la letra de cambio.
12. Tasa de timbres - Actos Jurídicos Documentados- que se tendrán que liquidar para poner en circulación la letra.
13. Identificación del documento utilizado para su cumplimentación

## EL PAGARÉ

Documento por el que una persona se compromete a efectuar el pago de una cantidad determinada en una fecha concreta.

En el pagaré intervienen el librado (quien se compromete a pagar la suma de dinero), el tenedor (aquel a cuya orden debe hacerse el pago de la suma de dinero estipulada) y el avalista (garantiza el pago).

Un pagaré es emitido correctamente cuando contiene:

1. Fecha y lugar de emisión
2. Nombre de la entidad y oficina librada
3. Nombre completo del beneficiario (puede ser una persona física o jurídica)
4. Importe expresado en números y letras.
5. Fecha y lugar de vencimiento
6. Número de cuenta y Código IBAN de la cuenta del emisor
7. La palabra pagaré
8. Identificador de la barra de *truncabilidad*: Esta barra permite informatizar el pagaré.
9. Firma del emisor

El uso del pagaré presenta plazos de contratos cortos sin comisiones financieras y con alta rentabilidad. Es cierto que presentan baja liquidez en el mercado secundario, no está garantizado, tiene mayor riesgo, se exige un importe mínimo elevado y suelen tener comisión de cancelación.

## PAGARÉ Vs LETRA DE CAMBIO

Un pagaré y una letra de cambio se pueden endosar, implican una deuda, en ambos figura un beneficiario e incluyen similares características.

En un pagaré existen dos participantes: el firmante y beneficiario. En una letra de cambio debe de haber al menos tres: el librador, el librado y el tenedor.

En la Letra de Cambio, no se admiten intereses mientras que en el pagaré si.

La letra de cambio supone una obligación del pago mientras que el pagaré implica una promesa.

El diseño de los dos impresos es diferente, además de que la letra se encuentra timbrada por el Estado y el pagaré no.

Acuerdo de Pago

Fecha del préstamo: Octubre 16th, 2012  
Fecha de vencimiento del reembolso: Diciembre 16th, 2012  
Monto Total: \$200

Terms of the Agreement:

Yo, Jane Doe, tomé prestados 200€ el 16 de octubre de 2012, de John Smith. El dinero fue prestado en un préstamo para ser pagado en una serie de pagos programados. Yo, Jane Doe, pagaré la cantidad total del préstamo, \$200, en una serie de pagos programados de \$50 cada uno. Estos pagos se harán por cheque personal a John Smith el 30 de octubre, 16 de noviembre, 30 de noviembre y 16 de diciembre. El préstamo será pagado en su totalidad el 16 de diciembre de 2012. Si por cualquier razón cualquier pago programado se retrasa, se aplicará un cargo de \$5 por día hasta que se pague la cantidad total del pago programado, con cargos adicionales por pago tardío.

El promotor y el beneficiario están de acuerdo con los términos del acuerdo de pago mencionados anteriormente.

Firmado:

Firma del promotor	Fecha
Nombre en letra de molde del promotor	Fecha
Firma del Beneficiario	Fecha
Nombre en letra de molde del beneficiario	Fecha

Pagaré ejemplo

Imagen alojada en la página Web Wikipedia. Licencia (CC0)



El tomador de una letra de cambio es la persona señalada para cobrar la letra

☒ Verdadero ☐ Falso

Verdadero

¿Qué es y en qué consiste el pagaré?



*Pagaré*

Vídeo de Legálitas Abogados. Alojado en [Youtube](#)

## *Comprueba lo aprendido*

Lea el párrafo que aparece abajo y complete las palabras que faltan.

En el  intervienen el  (quien se compromete a pagar la suma de dinero), el  (aquel a cuya orden debe hacerse el pago de la suma de dinero estipulada) y el  (garantiza el pago).

**Enviar**

# Resumen

---

## IDEA 1

Una vez que las entidades empresariales comienzan su actividad se inicia un proceso de búsqueda, selección y negociación con los proveedores que suministran los bienes objetos de su actividad. Este poder se define como la capacidad de crear acuerdos informales o incluso formales que controlan los precios y la oferta.

## IDEA 2

La **estrategia de negociación** se considera la transmisión al proveedor de la valía como cliente, fórmulas de compra viables y la conveniencia de buscar alternativas de compra.

## IDEA 3

Se procederá a la elección del proveedor basándonos básicamente en factores económicos y de calidad, aunque no podemos ignorar algunos otros que pudieran ser determinantes como la estabilidad del proveedor o su filosofía. Una vez seleccionados y evaluados los proveedores nos adentramos en otra compleja actividad: la **negociación**.

## IDEA 4

Existen autores que clasifican esta negociación colaborativas (YO GANO / TU GANAS) ya que ambas partes deben quedar satisfechas con el acuerdo.

## IDEA 5

Con la negociación ya establecida formalizamos los acuerdos en contratos de compraventa. Estos contratos están regulados por la **normativa mercantil**. Específicamente, las operaciones de compraventa con proveedores están sujetas, legislativamente, al **Impuesto sobre el Valor Añadido** (IVA).

## IDEA 6

Iniciado el proceso de compra aparecen una serie de procesos: En primer lugar hablaremos del pedido. Tras recibir el vendedor el pedido, si lo acepta, enviará al comprador los productos junto con el albarán correspondiente (documento que acredita la recepción de los productos). Tras acreditarse la entrega se emite el documento que recoge toda la información que origina la operación de compraventa y que sirve como justificante y prueba de la operación realizada: la **factura**.

## IDEA 7

Para finalizar la función de aprovisionamiento se procederá al pago a los proveedores, ante lo cual aparecen dos opciones: el pago al contado y el pago aplazado o a crédito. Tratamos dos figuras clave en el pago: letra de cambio y pagaré.



*Proveedores*

Imagen de la Presidencia República Dominicana alojada en la página Web de Pixabay. Licencia (CC0)

### Aviso legal

El presente texto (en adelante, el "**Aviso Legal**") regula el acceso y el uso de los contenidos desde los que se enlaza. La utilización de estos contenidos atribuye la condición de usuario del mismo (en adelante, el "**Usuario**") e implica la aceptación plena y sin reservas de todas y cada una de las disposiciones incluidas en este Aviso Legal publicado en el momento de acceso al sitio web. Tal y como se explica más adelante, la autoría de estos materiales corresponde a un trabajo de la **Comunidad Autónoma Andaluza, Consejería de Educación y Deporte (en adelante Consejería de Educación y Deporte)**.

Con el fin de mejorar las prestaciones de los contenidos ofrecidos, la Consejería de Educación y Deporte se reservan el derecho, en cualquier momento, de forma unilateral y sin previa notificación al usuario, a modificar, ampliar o suspender temporalmente la presentación, configuración, especificaciones técnicas y servicios del sitio web que da soporte a los contenidos educativos objeto del presente Aviso Legal. En consecuencia, se recomienda al Usuario que lea atentamente el presente Aviso Legal en el momento que acceda al referido sitio web, ya que dicho Aviso puede ser modificado en cualquier momento, de conformidad con lo expuesto anteriormente.

#### **1. Régimen de Propiedad Intelectual e Industrial**