

Utilización de aplicaciones de gestión en la relación con clientes-proveedores (CRM)

1. Actualización de ficheros de información.

Las empresas necesitan disponer de aplicaciones informáticas que almacenen su información, generen de forma automática determinados documentos, como presupuestos, pedidos, albaranes, facturas, reclamaciones, etc. para poder llevar a cabo una gestión efectiva de las relaciones con los clientes y proveedores.

Las aplicaciones informáticas presentan **ventajas** frente a procedimientos de gestión tradicionales:

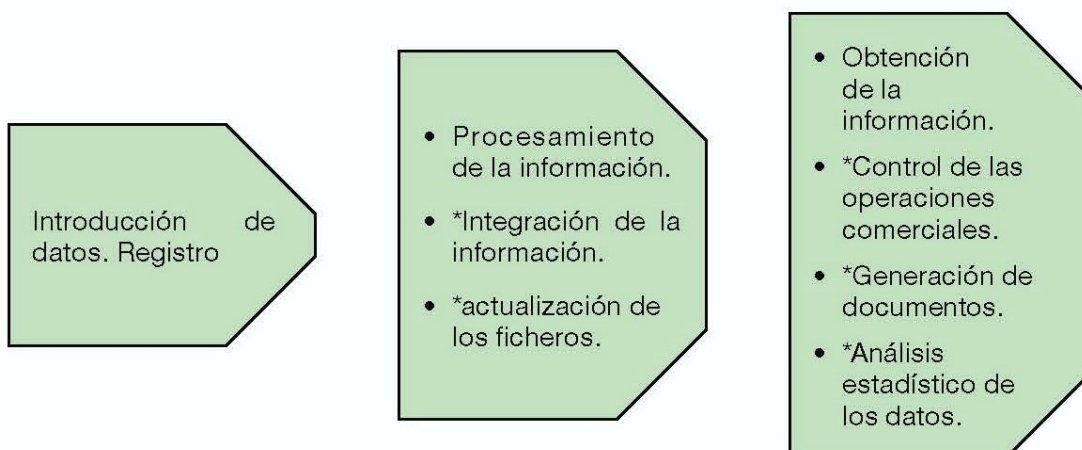
- Mayor rapidez en los procedimientos y mayor efectividad.
- Reducción del número de errores y facilidad a la hora de detectarlos y corregirlos y reducción de costes
- Integración de la información como gestión de clientes, facturación, almacenes, postventa, contabilidad.
- Manejo de un gran número de datos e información.

Podemos dividir las aplicaciones de gestión comercial en dos tipos:

- Generales
- Hechas a medida

Normalmente se trata de paquetes integrados constituidos por varios programas que están enlazados y que se encargan de realizar las diferentes gestiones del ciclo de compraventa clientes, proveedores postventa, facturación, stocks, etc.

En el siguiente esquema vemos el proceso de una aplicación informática de gestión comercial:



El software de gestión nos permite consultar y obtener información de manera inmediata, y puede presentarse de diversas formas:

- Visualizando el resultado de la consulta en la pantalla.
- Generando informes de clientes, proveedores, agentes de ventas...
- Generando gráficos y estadísticas, así como documentos comerciales como presupuestos, pedidos, albaranes, etc.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

Una de las principales tareas a realizar, es el mantener actualizados los ficheros de información de las empresas, correspondientes a las carteras de:

- Clientes
- Proveedores
- Productos y servicios
- Empresas de la competencia
- Agentes de ventas y distribución
- Descuentos, tipos impositivos, etc.

En la actualización de estos ficheros se realizan tres operaciones:

- Altas
- Bajas
- Modificación de datos

1.1. Clientes.

Para las actividades de gestión tanto con clientes como con proveedores, utilizamos el software CRM –Customer Relationship Management-, este software administra y gestiona la relación con los clientes, las ventas y el marketing, de esta manera realizaremos de forma eficaz los seguimientos de nuestros clientes.

El CRM, nos ayuda a agilizar y mejorar las comunicaciones entre empresas y clientes, optimizando el servicio al cliente en las fases de preventa, venta y postventa.

Existen diferentes tipos de alternativas a la hora de implantar un software CRM:

- Integrándole en paquetes de gestión empresarial. Los disponibles en el mercado proporcionan soporte a diferentes áreas de la empresa como finanzas, ventas, marketing, etc.
- Se puede implantar un CRM específico no integrado con otras aplicaciones.
- Podremos diseñar nuestro propio CRM según las necesidades de la empresa. Esta es la opción más utilizada por las pequeñas empresas. Podremos hacerlo utilizando herramientas de Microsoft Access, Excel, Google Apps y otros.

Para una correcta gestión comercial, es imprescindible disponer de ficheros de información actualizados relativos a los clientes, tanto actuales como potenciales.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

ALTA CLIENTE

PERSONALIDAD JURIDICA

DATOS PERSONALES

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

PRIMER APELLIDO

SEGUNDO APELLIDO

SEXO

HOMBRE MUJER

FECHA DE NACIMIENTO

TIPO DE DOCUMENTO

NUMERO DE DOCUMENTO

DIRECCIONES

TIPO DE VIA

NOMBRE DE LA CALLE

NUMERO PISO LETRA/PUERTA

CIUDAD CODIGO POSTAL

PROVINCIA/REGION PAIS

TELEFONO MOVIL

TELEFONO FIJO (opcional)

EMAIL

ANOTACIONES (250 CARACTERES)

GRABAR DATOS SALIR

Todos los clientes deben registrarse en la aplicación informática, incluyendo toda la información posible. Cada programa dispone de campos en los cuales se puede registrar dicha información. Los campos básicos son:

- Código, cada cliente tendrá el suyo. Puede ser alfanumérico.
- Nombre y apellidos de la persona física o jurídica.
- NIF/CIF
- Zona geográfica
- Datos de contacto: teléfono, email...
- Domicilio fiscal, completo ya que aparecerá en los documentos que se generen en el programa.
- Dirección de entrega.
- Datos de cobro: donde se hará referencia a la cuenta bancaria de cada cliente. Esta constará de 24 dígitos: código IBAN, alfanumérico (compuesto por la clave del país y el código de control), identificador nacional (compuesto por 2 dígitos, 4 dígitos de la entidad bancaria, 4 dígitos de la oficina bancaria, 2 dígitos de control y 1 dígitos del número de cuenta).

El código IBAN (International Bank Account Number), o Código Internacional de Cuenta Bancaria es un proyecto desarrollado por el Comité Europeo para Estándares Bancarios (ECBS). El IBAN permite una identificación de cuentas bancarias que es homogénea en todos los países, y así difiere de los métodos tradicionales de identificación. Este código de identificación puede ser reconocido en cualquier parte del mundo.

El objetivo principal de los CRM es disponer de toda la información actualizada de los clientes en cualquier momento. De esta forma podremos realizar las gestiones comerciales de una manera más eficiente y eficaz posible. Por ejemplo:

- Trámites de postventa y fidelización.
- Seguimiento comercial
- Conocimientos de las necesidades de nuestros clientes y sus hábitos de compra
- Personalización de los clientes

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- Satisfacer las necesidades y demandas de nuestros clientes
- Realizar estudios de mercado
- Gestión de campañas comerciales
- Planificar y analizar las ventas

Debemos recordar que los documentos generados a través de aplicaciones de gestión comercial utilizarán los datos incluidos en los ficheros de manera automática.

Cuando generamos un documento comercial (factura por ejemplo) el sistema busca de manera automática los datos necesarios. Si la información está desactualizada, el documento generado contendrá información incorrecta.

Tenemos una serie de **ventajas** al utilizar aplicaciones informáticas de gestión comercial, algunas son:

- Centralización de toda la información de nuestros clientes, así evitaremos duplicidades.
- Acceso a la información desde cualquier lugar y momento.
- Visualización del historial de comunicaciones y gestiones con los clientes.
- Posibilidad de asignar acciones de seguimientos a los clientes.
- Agilización de las consultas de datos.
- Generación de documentos disminuyendo el tiempo dedicado a las tareas administrativas.
- Automatización de algunos procesos comerciales.
- Gestión y unificación de agendas comerciales.
- Mejora de la planificación comercial al disponer de previsiones de venta más exactas.
- Posibilidad de introducir pedidos, independientemente del momento o el lugar donde se realicen.
- Estudio de la eficacia de ventas según diferentes parámetros: productos, agentes, zonas geográficas...

1.2. Proveedores.

Estos ficheros incluyen datos de cada uno de los proveedores, los datos básicos que debemos recoger en las aplicaciones informáticas son:

- Identificación del proveedor:
 - Código del proveedor: valor alfanumérico único para cada uno de los proveedores.
 - Nombre y apellidos de la persona física o razón social de la empresa.
 - CIF/NIF.
 - Domicilio.
 - Teléfono.
 - Email.
 - Fecha de alta como proveedor.
- Datos bancarios.
- Dirección fiscal:
 - Se aplicará de forma automática en los documentos que vayan a generarse: presupuesto, pedido, albarán, factura...). La dirección fiscal debe estar completa.
- Datos de facturación:
 - Forma de pago.
 - Descuentos.
 - IVA
 - Fecha de vencimientos.
- Condiciones de adquisición y recepción de mercancías
- Personas de contacto y su cargo en la organización.

Proveedores

Código CIF/NIF Alta **31-ene-11**

Nombre

Nombre comercial

Dirección fiscal Datos de pago Entregas Facturación Estadísticas

Personas de contacto

Nombre	Departamento	Cargo	Móvil	Teléfono	Fax
*					

1.3. Productos y servicios.

Este fichero nos permite realizar tres acciones:

- Registro de operaciones de compraventa.
- Control del número de existencias disponibles.
- Registro de incidencias que puedan darse en la venta o adquisición de productos.

Es necesario que registremos los datos concernientes a los productos y servicios –como hacemos al registrar la información de clientes y proveedores-, para poder realizar los trámites de compraventa.

Algunas aplicaciones informáticas permiten incluir fotografías.

Productos y/o Servicios

Código del producto **01** Nombre COMPUTADOR PERSONAL COMPAQ EVO N150

Sustitutos | Requerimiento de producción

Información General | Información Comercial | Niveles y ubicación | Proveedores | Información de Seriales

Producto Activo Código de Barras 01 Nombre corto

Descripción detalla del producto
PROCESADOR PENTIUM IV DE 800 MGZ, 256 MG DE MEMORIA RAM, DISCO DURO DE 30 GB.

Color PL PLATEADO

Talla NN NO UTILIZA

U. Medida UN UNIDAD

Clase PT PRODUCTO TERMINADO

Grupo COMP COMPUTADORES

Subgrupo PERS PERSONALES

Marca COMPAQ

Ajuste por Inflación? Maneja Seriales? Maneja Lotes?

Imagen...

Quitar...

Imagen:

Origen: Nacional

Información	Añadir una nueva imagen para este producto					
Precio						
SEO						
Asociaciones						
Transporte						
Combinaciones						
Cantidades						
Imágenes	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="inscripción"/> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Fichero <input type="button" value="Subir una imagen"/></p> <p><small>Formato JPG, GIF, PNG. Tamaño 8.00 MB máximo.</small></p> </div> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Imagen</td> <td>Inscripción</td> <td>Posición</td> <td>Portada</td> <td>Acción</td> </tr> </table>	Imagen	Inscripción	Posición	Portada	Acción
Imagen	Inscripción	Posición	Portada	Acción		
Características						
Personalización						
Adjuntos						
Proveedores						

1.4. Agentes de ventas y distribución.

En algunas empresas, por su actividad, integran un equipo de personas que se denominan agentes de ventas o distribuidores, también llamados comerciales. Generalmente estas personas realizan su trabajo por cuenta propia y su trabajo consiste en vender o distribuir los productos y servicios de estas empresas a cambio de una comisión por las ventas realizadas.

La información de los agentes de venta deberá estar correctamente registrada en la aplicación informática (datos identificativos, bancarios, ventas realizadas, etc.)

Los datos de estos agentes de venta que registraremos en la aplicación de gestión comercial son:

- Código de identificación del agente.
- Nombre y apellidos.
- CIF/NIF
- Fecha del alta como agente de ventas y distribución.
- Zona o área geográfica en la que actúa.
- Dirección fiscal.
- Datos bancarios
- Comisiones
- Liquidaciones:
 - Forma de pago
 - Día de pago
 - Retenciones

Estos ficheros nos ayudan a obtener estadísticas sobre las ventas realizadas: volumen, tipo de productos y servicios más vendidos, zonas geográficas y sus porcentajes de ventas...)

Los ficheros de información nos ayudan también a conocer el equipo de agentes activos de la empresa, las ventas que han realizado y sus correspondientes liquidaciones. Es conveniente actualizar estos ficheros para tener una información veraz.

Las aplicaciones informáticas generan hojas de liquidaciones con las comisiones de cada agente de ventas, normalmente mensuales.

1.5. Empresas de la competencia.

Conocer a nuestros competidores nos resultará de gran utilidad a la hora de tomar decisiones sobre nuestras políticas de precios, nuevos lanzamientos de productos y/o servicios, campañas publicitarias... Por ello, es frecuente que muchas empresas dispongas de ficheros con información sobre empresas competidoras.

Esta información puede incluir:

- Código de la empresa
- Nombre o razón social
- Sedes
- Estructura
- Descripción
- Número de empleados
- Marcas de la empresa
- Artículos o servicios que oferta
- Ámbito geográfico de actuación
- Precios
- Descuentos
- Canales de distribución

1.6. Parámetros comerciales: descuentos, tipos impositivos y otros.

Los principales y que pueden incluir las aplicaciones informáticas son: descuentos, ofertas e impuestos –IVA, recargo de equivalencia, etc.)

A. Descuentos

En primer lugar, definimos lo que es un descuento:

Es una reducción del precio de un producto o servicio que el vendedor aplica al comprador. El descuento puede ser un porcentaje que se aplica sobre el importe bruto o bien una cantidad acordada entre el vendedor y el comprador. Existen diferentes tipos de descuentos:

- **Descuentos comercial**, es una reducción del precio que el proveedor ofrece como recompensa a sus clientes. Este descuento comercial se aplica sobre el precio del artículo, por ejemplo, si el vendedor ofrece un descuento del 3% al precio de un artículo que cuenta 60 €, el precio que pagará el cliente por ese artículo será de 58,2 €
- **Rappels**, son descuentos que se realizan por volumen de compras, es decir, cuando un comprador realiza una compra de un gran volumen de mercancía, el vendedor puede hacer una disminución de precio.
- **Descuento por pronto pago**, las empresas pueden ofrecer un descuento si el comprador realiza el pago de la factura en un periodo de tiempo muy corto.
- **Unidades bonificables**, la empresa puede ofrecer un número de unidades de forma gratuita al comprador cada vez que éste adquiere un número determinado de unidades, por ejemplo, lo que vemos en las grandes superficies: “llévase 3 y pague 2”.

B. Impuestos

Nos centramos en el IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido), ya que es el impuesto principal en las operaciones de compraventa.

El IVA es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y grava las siguientes operaciones:

- Entrega de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por empresarios o profesionales.
- Las adquisiciones intracomunitarias de bienes.
- Las importaciones de bienes.

Algunas anotaciones:

Hecho imponible: son los bienes o servicios que son susceptibles de aplicación de IVA.

Base imponible: es la valoración económica (monetaria) del hecho imponible.

Tipo impositivo: es el porcentaje que se aplica a la base imponible para determinar la cuota tributaria, es la cantidad que se paga en concepto de IVA. Los tipos impositivos existentes en la actualidad, según el RD Ley 20/2012, de 13 de julio, son:

- Tipo general: 21%
- Tipos impositivos reducidos: 10% y 4%

2. Tramitación administrativa de la información de clientes-proveedores.

Las operaciones de compraventa llevan consigo una serie de trámites administrativos. La utilización de herramientas de gestión comercial, nos permiten, aparte de automatizar procedimientos administrativos diversos, agilizar los trámites y reducir el número de posibles errores. Es importante realizarlos y registrarlos correctamente.

Este registro, nos va a posibilitar que la búsqueda y consulta de la documentación administrativa generada en las operaciones comerciales, sea mucho más rápida y eficaz. Estos programas al centralizar la información nos permiten generar de manera automática diferentes documentos como albaranes, facturas, pedidos, presupuestos...

2.1. Recepción de la información-documentación.

Las operaciones comerciales que realizamos, así como las comunicaciones e información que efectuamos tanto con clientes como con proveedores, es necesario que tengan un registro para que quede constancia de los mismos. Es imprescindible archivar y conservar toda la documentación generada en los procesos de compraventa, haciéndolo de una manera adecuada y que nos permita acceder a ellos en cualquier momento.

Podemos hacer una clasificación de los documentos que más suelen utilizarse en las operaciones comerciales:

- Presupuestos para los clientes y proveedores
- Pedidos de clientes y a proveedores
- Albaranes recibidos y emitidos
- Facturas a clientes y de proveedores

Algunas definiciones:

- **Presupuesto**, es un documento realizado por el vendedor para reflejar la oferta que realiza al comprador y las condiciones de la venta. Una vez que se ha elaborado y entregado, el vendedor está obligado a cumplir las condiciones que se detallan en el mismo. El comprador al recibirlo, puede aceptarlo o rechazarlo.
- **Pedido**, es el documento mediante se hace una petición de compra para que se suministren los productos o servicios.
- **Albarán**, es el documento que acredita que el pedido se ha entregado, pero no la transacción económica.
- **Factura**, es el documento que recoge toda la información creada durante el proceso de compraventa y se considera como el justificante fiscal de la entrega de la mercancía o la realización del servicio.

2.2. Organización.

Antes de la digitalización, registro y transmisión de la información y la documentación que se recibe, esta debe ser debidamente organizada y ordenada.

Para hacerlo de manera eficaz y eficiente, deberemos:

- Clasificarla: es decir, identificar de qué tipo de documento o información se trata.
- Cotejar los datos: en este momento lo que hacemos es verificar la información que tenemos.
- Identificar la base de datos o el fichero donde vamos a almacenar la información.
- Introducir la información en la aplicación informática de gestión.
- Archivar esa documentación siguiendo los criterios para que su localización y recuperación nos resulte fácil.

2.3. Digitalización de la documentación para su registro.

Digitalizar la documentación facilita enormemente el trabajo de las empresas, esta digitalización puede ser llevada a cabo por la propia empresa, sería una digitalización interna, o bien externalizando el servicio. Todo esto dependerá de factores como: el volumen de documentos a escanear, la complejidad de los documentos, la seguridad de los mismos...

Las ventajas que obtiene la empresa al digitalizar la documentación, pueden ser:

- Ahorro de tiempo en la realización de búsquedas.
- Reducción del espacio físico de almacenamiento.
- Inmediatez en la recepción y envío de los documentos mediante el email o sistemas telemáticos diferentes.
- Ahorro de costes en el envío y recepción de documentos, así mismo no serían necesarias copias físicas de los documentos pues diferentes personas pueden disponer de la información al mismo tiempo. También pueden consultarse en cualquier momento y lugar.
- Los documentos pueden ser legalizados mediante el uso de la firma digital.
- Gozarán de mayor nivel de seguridad pues podrán ser protegidos con contraseñas que garantizan que sólo serán consultados por las personas autorizadas. Así mismo, podremos hacer copias de seguridad, para evitar su pérdida o deterioro.

Proceso de digitalización:

- Escaneo de la documentación.
- Asignar nombre al archivo y un código que indique el tipo de documento.
- Crear una clave de seguridad o una contraseña, si es necesario.
- Almacenarla en una carpeta del dispositivo.
- Si fuese preciso:
 - Modificar los datos digitalizados y convertirlos a otros formatos
 - Transformar el documento escaneado a un texto plano, así podemos utilizar la imagen o el texto indistintamente. Este proceso lo realizamos con programas de edición de textos o similares: ROC, Reconocimiento Óptico de Caracteres.

2.4. Registro.

El registro es la introducción de los datos contenidos en los documentos digitalizados. Normalmente este proceso es llevado a cabo por el personal administrativo o por grabadores de datos.

Este registro puede ser de dos tipos:

- **Registro manual:** el personal encargado del registro de la información copiará cada dato contenido en los documentos y los introducirá en los campos correspondientes de la aplicación.
- **Importar automáticamente los datos:** una vez digitalizados los documentos, podremos importar los datos a un programa de manera automática. Algunos programas nos permiten importar los datos desde un documento escaneado sin necesidad de registrarlos manualmente.

2.5. Transmisión.

Es el proceso que realizaremos después de la recepción, digitalización y registro de la documentación.

La documentación será transmitida a las personas, departamentos o administraciones a las que corresponda. Podemos realizarla de dos formas:

- **Mediante métodos convencionales:**
 - Envío de la documentación a través de la correspondencia; esta documentación puede ser la original, copias...
 - Transferencias de documentos físicos – papel, etc.- entre personas físicas, departamentos.
- **Mediante métodos telemáticos:**
 - Archivos adjuntos en correos electrónicos.
 - Archivos compartidos en red, en la nube –utilizando Dropbox, Google Drive, One Drive...-.

2.6. Búsquedas.

Cuando utilizamos un CRM podemos realizar búsquedas y consultas para obtener de la forma más rápida la información que necesitamos.

Las aplicaciones informáticas recuperan la información de una manera eficiente, tan sólo tenemos que rellenar el campo de búsqueda y/o seleccionar los criterios de esa búsqueda.

Contamos con dos opciones de búsqueda, de forma general:

- **Búsqueda general:** introducimos el código o denominación del registro que buscamos.
- **Búsqueda avanzada:** existen aplicaciones que nos permiten introducir diferentes criterios de búsqueda y el valor buscado. Podemos utilizar operadores de búsqueda como:
 - “Or” y otros similares, buscará un criterio de búsqueda u otro.
 - “And”, el operador buscare los registros que cumplan ambos criterios.

3. Resumen.

- Las relaciones de las empresas con clientes y proveedores deben realizarse con efectividad y eficacia y para ello necesitan disponer de aplicaciones informáticas que almacenen correctamente esa información y que a la vez generen de forma automática determinados documentos: presupuestos, pedidos, albaranes, facturas...
- En este tema hemos visto que las aplicaciones informáticas de gestión comercial pueden ser de dos tipos:
 - Generales
 - Hechas según las necesidades de la empresa.
- El mantenimiento de tener actualizados los ficheros de información de las empresas es una de las tareas fundamentales. Información referida a clientes, proveedores, productos y/o servicios...
- Los principales parámetros comerciales incluidos en las aplicaciones informáticas son: descuentos, ofertas e impuestos.
- La herramienta que nos permite gestionar los trámites relativos a los clientes y proveedores es la CRM (Customer Relationship Management) –Gestión de Relaciones con Clientes-.
- Un CRM es un software que nos permite realizar tareas de administración y gestión en relación con los clientes, las ventas, el marketing y todo ello de una forma eficaz. Esta aplicación no ayuda a agilizar y mejorar nuestras comunicaciones y relaciones entre empresas, con los clientes, proveedores, optimizando el servicio al cliente en todas las fases de la actividad.
- El objetivo de la CRM es disponer de toda la información actualizada en cualquier momento, en cualquier lugar y con cualquier dispositivo, permitiéndonos realizar las gestiones comerciales, consultas, obtener información, etc. de la forma más eficiente posible.
- El registro de datos correctamente nos ayudará a que la búsqueda y consulta lo hagamos de forma rápida y eficaz.
- Con los programas de gestión comercial podremos generar de forma automática toda la documentación que precisemos como presupuestos, pedidos, facturas, albaranes, etc...

4. Actividades.

1. Descargar un software de gestión comercial (recomendamos, por ejemplo, la versión gratuita de VisionWin)

Realice un alta de un fichero de clientes con los siguientes datos:

Datos fiscales:

- Código: 01
- CIF: 012345
- Tipo de cliente: empresa
- Nombre: Algazara S.L.
- Fecha de alta: 07/02/2019
- Dirección: Plaza de España, s/n. 10600 Plasencia. Cáceres.
- Teléfono: 646 95 10 22
- Email: algazara 1&1@ algazara 12.es

Datos de facturación:

- Forma de pago: contado.
- Días de pago: primero de mes

2. Descargar un software de gestión comercial recomendamos, por ejemplo, la versión gratuita de VisionWin)

Realice un alta de un fichero de proveedores con los siguientes datos:

Datos fiscales:

- Código: 01
- CIF: 087659
- Nombre: Moisés Plasencia S.L.
- Fecha de alta: 18/02/2019
- Dirección: Plaza de España, s/n. 10600 Plasencia. Cáceres.
- Teléfono: 646 95 15 25
- Email: moisespla 1&1@ moisespla8.es

Datos de facturación:

- Forma de pago: contado
- Plazo de entrega: 7 días

3. Descargar un software de gestión comercial (recomendamos, por ejemplo, la versión facturaplus o factusol)

Realice un alta en la aplicación de gestión comercial de un agente de ventas con los siguientes datos:

Datos fiscales:

- Código: 01
- NIF: 087644
- Nombre y apellidos: Moisés Torres River

- Tlf.: 645 99 55 76
- Email: moisesTR1&1@ torres.es
- Dirección: Plaza de España, 13. 10600 Plasencia. Cáceres.
- Fecha de alta: 18/02/2016
- Teléfono: 646 95 15 25
- Email: moisespla 1&1@ mosespla8.es
- Tipo de agente: externo. Jefe equipo.
- Tipo de comisión: 25%. Factura con IVA e IRPF 15%
- Comisión: 12% sobre la venta de sus agentes.
- Zona de actuación: Valle de la Vera.

4. Siguiendo con el programa que hayamos descargado de gestión comercial, asignaremos los siguientes descuentos a un cliente:
- a. Producto 1: 4% de descuento
 - b. Producto 2: 6% de descuento
5. Descargar una herramienta de reconocimiento óptico de caracteres. Recomendación: versión gratuita de Wondrshare PDFelement.
Abrir un archivo e formato PDF, añadir un texto y convertirlo al formato .doc.
6. ¿Cuál de las siguientes opciones no es una ventaja de la utilización de aplicaciones informáticas de gestión comercial frente a los procedimientos de gestión tradicionales?
- a. Mejora de la planificación comercial
 - b. Dispersión de la información
 - c. Posibilidad de manejar un gran número de datos
 - d. Reducción del número de errores
7. ¿Cómo se denominan los descuentos por volumen de compras?
- a. Rappels
 - b. Descuento comercial
 - c. Unidades bonificables
 - d. Descuento por pronto pago
8. ¿Cómo se denomina la cantidad que se paga en concepto de IVA?
- a. Tipo impositivo
 - b. Hecho imponible
 - c. Base imponible
 - d. Cuota tributaria
9. ¿Qué porcentaje de IVA se corresponde con el tipo impositivo general?
- a. 21%
 - b. 10%
 - c. 4%
 - d. 18%
10. Señale la respuesta incorrecta en relación a los documentos digitalizados:
- a. No son necesarias varias copias en caso de que diferentes personas necesiten disponer de la información de manera simultánea.
 - b. Se reducen los costes en el envío y recepción de documentos
 - c. Se ahorra tiempo en la realización de búsquedas
 - d. No pueden ser legalizados