

# Sector Salud

Recomendaciones para la  
Administración Comercial Eficiente





---

El Comité del Sector Salud se establece con objeto de optimizar los procedimientos, logísticos, administrativos y comerciales a lo largo de toda la cadena del Sector Sanitario

## Introducción

El Comité del Sector Salud se establece con objeto de optimizar los procedimientos, logísticos, administrativos y comerciales a lo largo de toda la cadena del Sector Sanitario con el propósito de mejorar la calidad asistencial, mediante la implantación de estándares y recomendaciones dentro de los procedimientos habituales de trabajo de proveedores, mayoristas y establecimientos sanitarios.

El presente documento parte de la identificación desde el Comité del Sector Salud de nuevas oportunidades de mejora en el ámbito de la administración comercial eficiente y con la voluntad expresa de desarrollar soluciones válidas y consensuadas para todo el sector.

Los sobrecostes administrativos derivados de las malas prácticas e ineficiencias en la administración comercial afectan tanto a proveedores de producto sanitario y farmacéutico, como a mayoristas y centros sanitarios. Las causas que los originan son muy diversas, desde un mal alineamiento de los ficheros maestros entre proveedor y cliente, hasta una incorrecta aplicación de la plantilla comercial.

Las Recomendaciones para la administración comercial en el Sector Salud son un conjunto de buenas prácticas que nacen con el objetivo de poner fin a las ineficiencias presentes en los procesos administrativos asociados a la cadena de suministro sanitario (pedido, entrega, factura,...) y reducir así los costes que de ellas se derivan.

Las Recomendaciones para la administración comercial permiten mejorar la eficiencia global a través de mejoras concretas en cada uno de los procesos de la cadena y su correcto cumplimiento permite a empresas y centros sanitarios reducir considerablemente el nivel de incidencias.

Este documento es fruto del trabajo realizado por una importante representación de organizaciones del sector pertenecientes a todos los eslabones de la cadena de suministro, para crear un nuevo marco común de actuación con la finalidad de ahorrar costes y tiempo en los procesos administrativos.



GS1 Spain agradece a las siguientes organizaciones su participación en el desarrollo de este documento:

ALCON

ALMIRALL

B. BRAUN

BOEHRINGER

INGELHEIM

BOSTON SCIENTIFIC

CECOFAR

COVIDIEN

DENTAID

EDWARDS LIFESCIENCE

FEDERACIÓ FARMACÈUTICA

LAB.HARTMANN

IZASA

JANSSEN CILAG

LOGARITME

MEDTRONIC

MOVACO-GRIFOLS

NOVARTIS

PALEX MEDICAL

PFIZER

PIERRE FABRE IBERICA

ROCHE DIAGNOSTICS

ROCHE FARMA

SMITHS MEDICAL

ZIMMER

LOS SERVICIOS DE SALUD QUE FORMAN PARTE DE LEL GRUPO DE TRABAJO DE INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS DE LA CTCL (COMISIÓN TÉCNICA DE COMPRAS Y LOGÍSTICA DE LOS SERVICIOS DE SALUD



## Procesos de negociación

### 1 Procesos de Negociación

Durante más de 30 años, los estándares tecnológicos y las prácticas de

#### 1.1 Formalizar, firmar las negociaciones comerciales, y alinearlas entre las partes

Se recomienda que cualquier negociación comercial quede reflejada y firmada por escrito en un documento. Los datos pactados siempre se intercambiarán entre las partes implicadas y se comunicarán al departamento de administración. Esta tarea se realizará para todos los documentos firmados a lo largo del año.

#### 1.2 Especificación según procesos

Se recomienda utilizar medios electrónicos para el intercambio de las condiciones pactadas siempre que sea posible. Los catálogos GDSN son una vía para ello.

En los documentos de negociación deberían quedar perfectamente expresadas las condiciones de un producto dependiendo de la modalidad de servicio y/o entrega. Se pueden considerar aspectos como:

- Punto de entrega (almacén de consumo).
- Períodos promocionales.
- Pedidos normales, abiertos con cancelaciones parciales o pedidos urgentes.
- Etc.

#### 1.3 Establecer con claridad las bases de aplicación de descuentos y llegar a un precio final

Se recomienda establecer para cada uno de los conceptos negociables cuál es su base de aplicación.

En la plantilla se establecerá de modo bilateral el llamado 'precio de chequeo de factura' como referencia de precio por artículo.

En líneas generales, la conducta a seguir en la negociación es la siguiente:

- 1. Definir el precio bruto siempre sobre la base de unidad de consumo.**
- 2. Simplificar la tipología de descuentos. La máxima simplificación es negociar a precio neto.**
- 3. Reflejar en factura todos los descuentos que se hayan negociado.**
- 4. Trasladar todos los descuentos al producto:**

- Especificar el precio bruto, todos los descuentos aplicados y el precio neto.
- Se recomienda que se pacte y visualice el precio neto siempre que sea posible.

La fijación de precio se establecerá siempre sobre la base de la unidad de consumo, con independencia de que en el resto de documentación comercial se utilicen agrupaciones (packs, cajas, palets, etc).

Es práctica habitual la negociación a precio neto de forma que es éste el precio final.



#### 1.4 Bases de aplicación según tipo de cargo o descuento

Se recomienda que los cargos/descuentos que estén relacionados con un único o varios artículos se indiquen por línea de factura. Por ejemplo:

Devolución de mercancía, descuentos por volumen, entrega a plataforma, etc. Los descuentos por conceptos no imputables a un artículo pueden indicarse sobre el global de la factura, previo acuerdo entre los departamentos de facturación del Cliente y Proveedor. Por ejemplo, se incluirán sobre el global de la factura los siguientes descuentos, en caso de existir: Rappel por volumen global de compras, pronto pago, entregas a camión completo, etc.

#### 1.5 Establecer con claridad las fechas de referencia

Se recomienda establecer para cada uno de los conceptos negociados (precios, descuentos, abonos, etc.) cuáles serán sus fechas de aplicación, clarificando a qué proceso hacen referencia (pedido, entrega, factura) y dejando constancia en el contrato/pliego.

#### 1.6 Establecer los conceptos que se incluyen en la factura y los fuera factura

Determinar un conjunto cerrado de conceptos facturables por parte del cliente, sus bases, formatos y períodos de aplicación.

También se debe establecer una pauta concreta para cada uno de ellos:

- Dentro/fuera de factura.
- Aclarar los días o períodos de facturación de los conceptos.

Imputar dentro de la factura del proveedor el máximo número de conceptos posibles y tener en cuenta la recomendación 1.3 sobre cómo hacerlo.

En el anexo IV se puede consultar la tabla que clasifica varios conceptos según si deben contemplarse dentro fuera/factura.

#### 1.7 Liquidación de conceptos fuera de factura

Para los conceptos fuera de factura se deberá acordar y dejar constancia del calendario de liquidación de cada uno de ellos.

En los documentos de facturación (abono del proveedor o factura de servicio) del cliente debe indicarse con claridad los conceptos que son objeto.



### 1.8 Facturación en períodos promocionales

Una vez establecido el plazo de validez de una promoción, se debe establecer claramente cuál va a ser el periodo en el que se van a poder realizar pedidos bajo las condiciones promocionales, tal y como se indica en el punto 1.5.

### 1.9 Informatizar y automatizar las redes de distribución

En caso necesario, dotar a la fuerza de ventas o a los distribuidores intermedios de los medios necesarios para comunicar ágilmente las condiciones negociadas.

### 1.10 Comunicación ágil entre departamentos

Se debe establecer una serie de procesos por los que cualquier negociación o modificación en las condiciones negociadas sea notificada antes del pedido, con antelación suficiente (cuanto antes mejor) a todos los departamentos o personas interesadas para su correcta aplicación en las fechas pactadas.

---

## Codificación, simbolización y AFM

## 2 Codificación, simbolización y AFM

### 2.1 Creación de un catálogo

Las empresas han de realizar el ejercicio de creación y mantenimiento de un catálogo (lista, relación, censo, etc.) de todos sus artículos y agrupaciones de productos.

### 2.2 Codificación de todos los artículos y agrupaciones y simbolización.

Una vez identificados los elementos del catálogo, se deben codificar todos mediante GTIN (códigos EAN) respetando estrictamente toda la normativa que GS1 Spain ha elaborado al respecto, evitando sobre todo, los sistemas de codificación particulares.

En cualquier transacción que se lleve a cabo debe utilizarse el código GTIN del producto.

Deberán simbolizarse todos los elementos del catálogo (unidades base y agrupaciones) siempre que sea necesario para automatizar o hacer más eficientes los procesos de recepción de mercancía, almacenaje, distribución, etc. Estos símbolos deberán respetar estrictamente toda la normativa que GS1 Spain ha elaborado al respecto.

### 2.3 Alineamiento de Ficheros Maestros (AFM)

Es imprescindible un correcto Alineamiento de Ficheros Maestros mediante sistemas estándar en todos los participantes en la cadena de suministro para conocer exactamente cuáles son los productos que se deben solicitar durante un determinado período de tiempo. Cualquier error tanto en codificación como en un incorrecto AFM afecta a la administración de todos los procesos; pedido, entrega, facturación y cobro.

Cuando estemos dentro del ámbito del sector privado, en períodos promocionales, se ha de prestar especial atención al código de artículo a pedir/Enviar y facturar, pues si se sigue la normativa de cambio de código de GS1 Spain, éste podrá ser distinto.

Un mecanismo ágil para asegurar que las bases de datos internas contienen información fiable sobre los productos a pedir/Enviar es la utilización de los catálogos electrónicos de productos de la red GDSN (Global Data Synchronisation Network).



Se recomienda que los fabricantes y los distribuidores alineen sus ficheros maestros respecto al surtido pactado y de cualquier modificación posterior, con antelación suficiente a la emisión del primer pedido. Como mínimo debe hacerse una vez al año a través del catálogo GDSN o, en su defecto, mediante medios alternativos.

### 3 Procesos de Pedidos

#### 3.1 Valoración de los pedidos

Se recomienda valorar todos los pedidos, tanto a nivel de línea como a nivel global.

#### 3.2 Codificación de agrupaciones

Para evitar ambigüedades en las especificaciones de los pedidos y facilitar las recepciones, se recomienda efectuar los pedidos a partir de los códigos de agrupación, por lo que éstas deberán estar codificadas en los catálogos de los fabricantes.

#### 3.3 Enviar los pedidos vía EDI

Una forma de reducir errores de servicio y prevenir los errores de valoración en facturas es la utilización por parte del comprador del mensaje EDI-EANCOM ORDERS (pedidos).

---

### Procesos de Pedidos



### 3.4 Comprobación de las condiciones de un pedido

El receptor del pedido debe validar las condiciones comerciales, plazos de entrega, cambio de referencias, etc. y en caso de detectar discrepancias, se procederá con la mayor brevedad posible a su solución para que la factura o sucesivas facturas sean emitidas correctamente. Una forma de agilizar el proceso de transmisión de esta información es mediante el mensaje EDI-EANCOM ORDRSP (respuesta al pedido). En envío de este mensaje no debe demorarse más de 24 horas.

### 3.5 Capacidad de ajuste de condiciones

Las partes implicadas deben tener la capacidad organizativa y de los sistemas de información para ajustar las diferencias de precios u otras condiciones en el momento que se detecten durante la comprobación. La entrega de la mercancía presupone la aceptación de las condiciones comerciales que figuran en el pedido, excepto en el caso de discrepancias que hayan sido informadas previamente.

---

## Procesos de Entrega

### 4 Procesos de Entrega

#### 4.1 Plazos de entrega (RAL 1.1)

Deben fijarse en el pedido la fecha y la hora o el rango horario de entrega. Si procede, las partes deberán confirmarlo con suficiente antelación al acto de entrega.

#### 4.2 Enviar de modo anticipado un albarán electrónico

Se recomienda informar antes de una entrega a través del mensaje EDI-EANCOM DESADV.

El aviso de expedición debe estar disponible lo antes posible en el punto de recepción antes de que lleguen las mercancías del proveedor, siempre y cuando se asegure la calidad y exactitud de los datos contenidos en el mismo con relación a la carga que efectivamente constituye la entrega.

#### 4.3 Contenido albarán de entrega (RAL 3.4)

Los albaranes de entrega deben contener todos los datos necesarios para la cadena total de suministro, siguiendo el modelo RAL (Recomendaciones AECOC para la Logística).

Se recomienda que el número de albarán tenga una longitud máxima de 12 dígitos y sólo contenga números, como mucho letras, pero en ningún caso espacios, signos de puntuación, guiones, etc.





#### 4.4 Confirmación de recepción

Se recomienda informar y comunicar rápidamente del resultado de una entrega realizada (antes de 72 horas). Se recomienda además que dicha comunicación sea el mensaje EDI-EANCOM RECADV.

#### 4.5 Contenido de la confirmación de recepción (RAL 3.5)

El receptor dará conformidad a la recepción de mercancía mediante la aplicación de un sello con firma y fecha sobre el albarán.

El examen de la mercancía y el envío del mensaje de conformidad de recepción (RECADV) se debe realizar antes de 72 horas. En caso de requerirse un plazo superior, deberá ser acordado entre las partes implicadas.

#### 4.6 Incidencias en las entregas (RAL 2.3)

Se recomienda que las diferencias en la recepción se documenten de forma clara, evitando anotaciones ambiguas o ininteligibles, y recabando la firma del transportista.

Además estas modificaciones deberán trasladarse a los sistemas informáticos de las partes implicadas.

Se realizará la descarga y el tratamiento de la mercancía en mal estado en función de los acuerdos reflejados sobre esta materia en la ficha logística y/o pliegos.

#### 4.7 Devolución de mercancías

Se entiende por devolución el retorno de mercancía que el receptor ya ha entrado en su sistema de contabilización.

**Pedido de devolución.** Deberá existir un pedido (solicitud) de devolución y un procedimiento de autorización cliente-proveedor.

Cuando sea posible el pedido de devolución debe hacer referencia al pedido o factura primera en la que figuraba la mercancía.

**Albarán de devolución.** En general, las devoluciones de mercancías irán acompañadas de un albarán de devolución, emitido por el cliente, a partir del cual se generarán los documentos de ajuste correspondientes (cargos o abonos). Incluso cuando en el mismo acto se realice una entrega y una devolución.

**Factura rectificativa (cargo/abono) de devolución.** La factura rectificativa hará referencia al número de pedido de devolución y al número de albarán de devolución. Se deberá emitir este documento lo antes posible.

**Precio.** El precio de los artículos devueltos será mismo que el que consta en la factura de la entrega primera.

**Pago.** Se aplicarán las mismas condiciones de pago que se aplican a los productos entregados.

Todos los documentos de devolución contendrán el detalle de los productos devueltos identificados mediante código GTINs (código EAN), el detalle de las cantidades y todas referencias requeridas. Se recomienda el uso del EDI para el intercambio de estos documentos.

#### 4.8 Informatizar y automatizar las redes de transporte

Dotar a la red de transporte (operadores logísticos y distribuidores intermedios) de los medios necesarios para comunicar ágilmente el resultado de las entregas.



## Procesos de Facturación

### 5 Procesos de Facturación

#### 5.1 Pedido – Albarán - Factura

Respetar siempre el escenario Pedido – Respuesta al pedido -Albarán – Respuesta al albarán - Factura.

Si dentro de este escenario, no se pudiera seguir la correspondencia 1 pedido – 1 albarán – 1 factura, como mínimo debería respetarse la correspondencia 1 albarán – 1 factura.

#### 5.2 Fomentar la post – facturación como práctica habitual

Se recomienda la emisión de factura después de haber recibido la confirmación de recepción de las mercancías, pues es una forma automática de evitar discrepancias por cantidades a facturar.

#### 5.3 Enviar las facturas vía EDI

Con el fin de transmitir ágilmente las facturas enviadas, y para facilitar su integración y validación automática en recepción, se recomienda la utilización del mensaje EDI-EANCOM INVOIC (factura). Naturalmente no sólo en el caso de facturas, sino también para cargos y abonos. Se recomienda además el envío de mensajes INVOIC firmados digitalmente – factura digital –, que goza de completa validez legal, y exime del envío del documento en papel al emisor, y de su posterior archivo al receptor.

#### 5.4 Simplicidad de los documentos en papel

Las facturas no deben ser utilizadas con fines publicitarios o informativos, y su diseño no debe ser muy cargado, pues dificulta sobremanera su interpretación.

#### 5.5 Contenido de la factura

La factura deberá contener todos los campos indicados en el artículo 6 del Real Decreto 1619/2012 sobre facturación

Se recomienda que aparezca en la factura:

- Número de pedido y/o de identicket
- Punto operacional del lugar de entrega
- Fecha de servicio, cuando no se corresponda con la de la propia factura
- Código GTIN (EAN), la cantidad y el precio
- Numeración exacta del albarán físico original
- Numeración RECADV o, en caso que no exista, documento previo.

Se recomienda que el número de factura tenga una longitud máxima de 12 dígitos y sólo contenga números, como mucho letras, pero en ningún caso espacios, signos de puntuación, guiones, etc.

En caso de factura enviada vía EDI, la numeración y formato debe ser igual que en documento al que se hace referencia.



### 5.6 Facturación de servicios

En la factura de servicios se debe indicar el motivo por el cual se emite o hacer referencia al acuerdo comercial correspondiente. El contenido mínimo de esta factura es:

- Concepto que se factura
- Periodo que se factura
- Referencia al acuerdo negociado
- Referencia al pedido del servicio

## 6 Procesos de Pago / cobro

### 6.1 Documentar cargos y abonos

Facturar separadamente los servicios prestados por un distribuidor (cabeceras, catálogos, etc.) de los cargos sobre importes o cantidades incorrectas.

### 6.2 Respetar fechas y números de los documentos a los que referencia

Respetar, tanto en tamaño como en formato las fechas y/o números de la factura original, en los cargos por ajustes. Ello generalmente viene dado por los sistemas informáticos que truncan algunos campos de información; hecho que se debe evitar siempre.

### 6.3 Facilitar el esclarecimiento de las incidencias

Los proveedores deben conocer el motivo por el que se recibe un cargo y la factura afectada (número de referencia), bien sea porque los distribuidores lo documentan explícitamente o bien porque han comunicado anteriormente un pedido valorado y la confirmación de entrega. Además deben identificarse las líneas afectadas por la incidencia

### 6.4 Un único cargo por factura

Se recomienda que todas las incidencias de una misma factura se subsanen mediante un único cargo.

## Procesos de Pago / cobro





## Indicadores de gestión (KPI's)

### 6.5 Remitir cargos y abonos vía EDI

Se recomienda enviar todos los cargos y abonos utilizando el mensaje EDI-EANCOM INVOIC con sus correspondientes usos particulares para abonos (381) y cargos (383).

### 6.6 Remitir cargos y abonos antes de la deducción de los mismos

Todas las minoraciones deberán estar debidamente referenciadas y documentadas antes de la deducción de las mismas.

### 6.7 Enviar la comunicación de pago vía EDI

Se recomienda enviar la comunicación de pago vía EDI, referenciando los documentos contenidos en dicha relación y con anterioridad suficiente al pago.

### 6.8 Única fecha de vencimiento para cargos y facturas

Los cargos por ajustes tendrán la misma fecha de vencimiento que la factura que ajustan.

### 6.9 Emitir lo antes posible los documentos que soportan un acto

Se considera una buena práctica que tanto los documentos que soporta un acto como sus correcciones posteriores se emitan lo más próximo posible al hecho que les dan origen.

## 7 Indicadores de gestión (KPI's)

### 7.1 KPI's de proveedores y clientes

Se recomienda la creación de indicadores de gestión para poder hacer un seguimiento fiable sobre los niveles de servicio según proveedor/cliente y su grado de progreso.

#### **KPIØ1 - % Utilización de sincronización de datos (AFM)**

*Proveedor:* Número total de referencias publicadas en aecocdata o comunicadas directamente a sus interlocutores sobre el total de referencias de su catálogo.

*Cliente:* Número total de referencias de sus catálogos creadas/actualizadas vía integración directa uno a uno, o desde aecocdata.

#### **KPIØ2 - % Pedidos EDI / Pedidos totales**

Número total de pedidos enviados/recibidos vía EDI sobre el total de pedidos enviados/recibidos. También puede ser útil hacer el KPI sobre líneas de pedido.

#### **KPIØ3 - % Valoración de pedidos**

Número total de pedidos enviados/recibidos valorados vía EDI sobre el total de pedidos enviados/recibidos.

#### **KPIØ4 - % Pedidos no manipulados / pedidos**

Número total de pedidos recibidos que no requieren ningún tipo de manipulación para ser introducidos en los sistemas informáticos.

#### **KPIØ5 - % Avisos de expedición EDI**

Número total de avisos de expedición recibidos vía EDI sobre el total de albaranes recibidos.

**KPI06 - % Facturas EDI / facturas totales**

Número total de facturas enviadas/recibidas vía EDI sobre el total de facturas enviadas/recibidas.

**KPI06.1 - % Cargos y abonos EDI / facturas totales EDI**

Número total de cargos/abonos enviados/recibidos vía EDI sobre el total de documentos INVOIC (códigos 380, 381 y 383) enviados/recibidos.

**KPI07 - % Facturas correctas**

Número total de facturas enviadas/recibidas que no provocan litigios sobre el total de facturas enviadas/recibidas.

**KPI08 - Tiempo de confirmación y comunicación de resultados**

Tiempo que tarda una empresa desde que recibe una factura hasta que comprueba si los importes son correctos y lo comunica al emisor. (De utilización bilateral).

**KPI09 - % Cargos/abonos notificados a tiempo**

Número total de cargos/abonos notificados a tiempo. (De utilización bilateral).

**KPI10 - % Comunicaciones de pago recibidas vía EDI**

Número total de facturas incluidas en una comunicación de pago enviada/recibida vía EDI del total de facturas a pagar/cobrar. (no aplicable al sector público)

**KPI11 - % Respuesta al pedido vía EDI / total de pedidos EDI**

Número total de respuestas a pedidos (ORDRSP) sobre pedidos EDI recibidos

**KPI12 - % Respuesta al albarán vía EDI / total de albaranes EDI**

Número total de respuestas a albarán (RECADV) sobre avisos de expedición EDI recibidos





# ANEXO I

## DOCUMENTO DE NEGOCIACIÓN PROMOCIONAL

- Este anexo debe entenderse como un “check list” que permite verificar los conceptos presentes en un documento de negociación de promociones.
- No obstante, los documentos de negociación de promociones pueden organizarse en diferentes documentos que recojan, por separado, las condiciones logísticas, comerciales y administrativas que forman parte de la negociación. En el ANEXO II.- se detalla un modelo de referencia para este tipo de documentos cuyo objetivo es servir de modelo base para la elaboración de los mismos.
- Es muy recomendable que las empresas firmantes estén adheridas a las Recomendaciones para la Administración Comercial y el contenido de las mismas sirva de marco de referencia a la hora de interpretar el documento.

## CHECK LIST para las NEGOCIACIONES DE PROMOCIONES:

### 1.- Número de acuerdo o contrato

### 2.- Referencia a la Plantilla anual

Los documentos de negociación de promociones deben estar sujetos a las condiciones generales acordadas en la plantilla anual, excepto aquellas partes que se recojan y acuerden de forma explícita en la negociación de la promoción.

### 3.- Identificación de las Partes

#### 3.1 Identificación del Fabricante

- 1) NOMBRE DE LA EMPRESA Y CIF
- 2) DETALLES DE PERSONA DE CONTACTO
  - a) Nombre, Teléfono, Fax, Email

#### 3.2 Identificación del Distribuidor

- 1) NOMBRE DE LA EMPRESA Y CIF
- 2) DETALLES DE PERSONA DE CONTACTO
  - a) Nombre, Teléfono, Fax, Email

### 4.- Vigencia y alcance de la promoción

- 1) FECHA INICIO
- 2) FECHA FINALIZACIÓN
- 3) CENTROS A LOS QUE AFECTA LA PROMOCIÓN  
(Alcance geográfico, centros o tiendas)

## 5.- Condiciones Comerciales

- 1) PRODUCTOS AFECTADOS POR LA PROMOCION
  - a) Referencia del producto (identificación por código EAN)
    - (i) Producto afectado (si aplica, producto a sustituir)
    - (ii) Producto sustituto (si aplica)
  - b) Unidad (nivel de empaquetado) de referencia para la facturación
  - c) Fechas de aplicación
    - (i) Fecha inicio y final
    - (ii) Momento de aplicación (a fecha de pedido, a fecha de entrega, a fecha de factura,...)
  - d) Detalle de las condiciones promocionales
    - (i) Valor del Descuento (porcentual, fijo por unidad, importe fijo,...)
    - (ii) Condicionantes
    - (iii) Base de cálculo
    - (iv) Precio Chequeo factura
  - e) Actividades asociadas a la promoción
    - (i) Identificación del servicio (exhibiciones y cabeceras de góndola, folletos, publicidad, aniversarios, etc...)
      - i) Detalles: dimensiones, ubicación, cartelería
    - (ii) Fechas
    - (iii) Importe
    - (iv) Condicionantes
    - (v) Cantidades
    - (vi) Momento de facturación
    - (vii) Sistema de liquidación (factura de fabricante o autofactura de distribuidor)
  - f) Operativa de devolución del producto promocional



## 6.- Condiciones adicionales

Indicar condiciones de alguna de las Partes especiales, caso de existir.

- 1) CONDICIONES ESPECIALES DEL FABRICANTE
- 2) CONDICIONES ESPECIALES DEL DISTRIBUIDOR

## 7.- Firma de las Partes Firmantes

Las plantillas deben ir firmadas por ambas partes.

- 1) IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES
  - a) Nombre de las personas
  - b) Cargo
- 2) FECHA DE LA FIRMA

## ANEXO II

### CONCEPTOS DENTRO/FUERA FACTURA

A continuación se detalla la tabla de conceptos dentro/ fuera factura del punto 1.6 de las recomendaciones:



DESCUENTO	FORMATO	DENTRO O FUERA	OBSERVACIONES
Descuento Comercial	%	Dentro	
Descuento por no devolución	%	Dentro	
Descuento por Rappel fijo	%	Dentro	
Descuento Financiero	%	Dentro	También conocido como descuento "pronto pago"
Descuento Rappel variable según escalas / períodos	%	Fuera	
Descuento Pago Centralizado	%	Fuera	Se trata de un servicio
Atípicos (folletos, lineal, exhibiciones, cabeceras,...)	% 0€	Fuera	
Aperturas	% 0€	Dentro	

## ANEXO III

### PRINCIPALES MENSAJES EDI

Nombre del mensaje	Descripción
PARTIN	Información sobre las partes
ORDERS	Pedido
ORDRSP	Respuesta al pedido
ORDCHG	Petición de cambio en el pedido
INSDS	Instrucciones de expedición
IFTMIN	Instrucciones de transporte
IFCSUM	Resumen de transporte y consolidación
IFTSTA	Informe de situación de transporte
DESADV	Aviso de expedición
RECADV	Aviso de recepción
INVOIC	Factura
REMADV	Comunicación de pago
COACSU	Relación de documentos
INVRPT	Información de stocks
SLSRPT	Informe de situación de ventas
QUOTES	Oferta
REQOTE	Petición de oferta
GENRAL	Documento de texto libre
DELFOR	Programación de entregas
RETANN	Aviso de devolución
RETINS	Instrucciones de devolución



# ANEXO IV

## MODELO DE DOCUMENTOS

Listas de campos mínimos que deben aparecer en los documentos de pedido y albarán.

### PEDIDO

#### CABECERA

##### Quién pide:

- Nombre empresa
- Código cliente (o PO)
- Dirección

##### Quién recibe:

- Nombre
- Código cliente, muelle de descarga i PO
- Dirección

##### A quién se factura:

- Nombre
- Código cliente o PO
- Dirección
- NIF

##### Fecha del Pedido

##### Nº de Pedido

##### Fecha y hora de entrega

##### A quién se pide:

- Nombre empresa
- Código proveedor o PO
- Dirección

##### Quién paga:

- Nombre - Código cliente o PO
- NIF

##### Texto libre de la cabecera del pedido



#### CUERPO

Conceptos (GTIN, Descripción, descuentos, impuestos especiales, etc.)

Cantidad

%Descuento / %Cargo

Precio/valor unitario

Importe parcial

IIFV/PV

Importe Neto

#### CIERRE

Total impuestos especiales

Cargos / Descuentos globales (Concepto, %, Importe)

Total neto

Total con descuentos globales

Total impuestos

Total a pagar



## ALBARÁN

### CABECERA

---

#### Proveedor:

- Nombre empresa
- Código proveedor (o PO)
- Dirección

#### Quién entrega:

- Nombre empresa o de operador
- Código o PO de Proveedor o de operador
- Dirección

#### Quién pide:

- Nombre
- Código cliente o PO
- Dirección
- NIF

#### Fecha del Albarán

#### Nº de albarán

#### Fecha y hora de entrega

#### Número de pedido

#### Quién recibe:

- Nombre empresa
- Código proveedor o PO
- Dirección
- Muelle de descarga

#### Texto libre de la cabecera del pedido

### CUERPO

---

#### Código GTIN

#### Descripción del artículo

#### Unidades entregadas

#### Nº de unidades de consumo en unidad de expedición

### CIERRE

---

#### Total unidades expedición

#### Peso total

#### Volumen total

#### Fecha, firma y sello

---

## La Misión

La mejora de la competitividad de toda la cadena de valor compartiendo soluciones, estándares y conocimiento que la hagan más eficiente y sostenible.

### GS1 Spain

Ronda General Mitre, 10

08017 Barcelona

**T** 932 523 900

**F** 932 802 135

**E** [info@gs1es.org](mailto:info@gs1es.org)

[www.gs1es.org](http://www.gs1es.org)