

Determinación de la negociación de las condiciones de aprovisionamiento.

Caso práctico

Fernando y **María** comentan sobre la ampliación de la empresa, el aumento de actividad, los cursos de formación que han hecho. Están contentos pero saben que ahí no acaba todo. **María** le indica que al aumentar el tamaño de la empresa, los pedidos que van a realizar a sus proveedores serán mayores y por tanto deberían intentar negociar unos costes diferentes con los proveedores de toda la vida que tenía su padre. Además cree necesario buscar nuevos proveedores que les aumente el abanico de posibilidades, a la vez que le permita competir entre ellos.



Fernando está de acuerdo y le comenta que el lunes había leído en el diario de su ciudad que una academia impartiría un curso de formación sobre negociación a suministradores. **María** le comenta que puede ser una buena idea porque en breve van a tener que negociar con unos cuantos proveedores.

Fernando queda con **María** para comer el jueves y para ese día traerá información sobre el curso.

Fernando llega esa tarde a la empresa y le comenta a **Jaime** el tema del curso, le pide por favor que le busque la información para el miércoles. **Jaime** se pone manos a la obra y al salir por la tarde del trabajo, **Jaime**, se para en la taberna de su hermano **Emilio**, le comenta que está buscando un periódico del lunes pasado, **Emilio** le dice que todavía no ha tirado los periódicos de esta semana, los busca y le da el periódico a su hermano. **Emilio** consigue el teléfono de contacto y se informa de los datos, precio y sobre todo contenido del mismo.

El martes a media mañana recibe un correo electrónico con el contenido del curso. Lo imprime y lo deja preparado para el miércoles entregárselo a **Fernando**.

Ya es miércoles y **Fernando** recibe a **Jaime** que le entrega la documentación del curso de negociación. **Fernando** lee los

contenidos del curso, tendrá un primer punto de planificación de la negociación, un segundo de preparación de la negociación, también se tratará los puntos críticos y las técnicas de la negociación. En una segunda jornada se tratará la negociación de las compras, el código ético entre comprador-proveedor y el decálogo del comprador. En una tercera jornada se analizará las cuestiones sobre la redacción del contrato de compraventa y normativa que regula los contratos.

Llega el jueves y **Fernando** y **María** se marchan a comer juntos. **María** lee el contenido del curso y le comenta que está interesada en la primera parte. **Fernando** le comenta que ha llamado al centro académico y le han dicho que se puede contratar el curso y que diferentes personas pueden ir a los tres bloques del curso. **María** le dice a **Fernando** que ella quiere ir a la primera parte de negociación, entonces **Fernando** le comenta que él irá a la segunda. **María** se acuerda de **Carlos**, un empleado de confianza de la empresa, y le indica a **Fernando** que cuando él estuvo haciendo un curso de formación en Algeciras, **Carlos** se había interesado en formarse en dicho curso, pero no pudo ser. Ahora sería un momento bueno y de esa forma le vería que pensamos en él.

—Es buena idea —dice **Fernando**.

Ambos quedan en que **María** tendrá una reunión con **Carlos** para informarle del tema y conocer su opinión sobre el tema.



Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

[Aviso Legal](#)

1.- La negociación de las compras.

Caso práctico

María llega al curso de negociación, conoce a varias personas y las saluda, se preparan para comenzar el curso. Se presentan dos expertos, **Antonio** y **Lourdes**, son dos psicólogos especialistas en mediación que trabajan para una importante multinacional que tiene que negociar en diferentes países de todo el mundo.



Antonio comienza comentando que en una buena negociación de compras lo primero que se tiene que tener claro son las necesidades que tiene uno mismo, y esto se consigue anticipándose a las necesidades que van a tener nuestros clientes. **Lourdes** le explica que existen medidas para intentar anticiparse y le entrega una documentación con dichos métodos. Además es importante saber cuándo es interesante negociar y cuándo no lo es.

A través de un cañón expone una serie de claves básicas para saber cuando se debe negociar, después tienen un debate entre todos donde cada uno aporta sus ideas.

Cuando realizas una negociación de las compras, con los proveedores, tienes que tener en cuenta una serie de aspectos que a continuación se detallan. Primero vamos a conocer que se entiende por negociación de compras.

Negociación de compras se considera a la relación que toman dos o más personas de una misma empresa con otras empresas para conseguir acuerdos que permiten transacciones económicas a cambio de productos (adquirir materiales) o servicios.

Cuando realizas una negociación tienes a tu disposición una serie de herramientas que te facilitan el proceso:

- ✔ **Previsión de compras.** Te permite conocer el comportamiento de ventas de un producto durante un período de tiempo pasado, normalmente un



trimestre. Lo que te facilita pronosticar las necesidades que vas a tener y compararlas con el inventario actual que tienes para saber que compras necesitas y poder negociar con arreglo al volumen real de tus necesidades.



- ✓ **Estadísticas de ventas.** Te permite conocer el comportamiento de ventas de un producto durante un período de tiempo, normalmente un trimestre. De esta forma, puedes saber el ritmo de ventas que estas consiguiendo y como consecuencia el beneficio que se está alcanzando.
- ✓ **Reporte de existencias.** Es un sistema de control de almacén que permite conocer el movimiento diario de compras y ventas que se está produciendo en el almacén.
- ✓ **Programa de ventas.** Son programas que disponen de todos los datos relacionados con los proveedores y los productos de cada almacén, en el caso que tu empresa disponga de más de un almacén. Consigues información sobre los costes reales de los productos, los descuentos comerciales, los descuentos financieros, la condiciones de crédito,...

El conjunto de estas herramientas te permite realizar una negociación de compras en la que sabes donde están tus límites y puedes determinar rápidamente si las ofertas que te proponen tus proveedores son razonables o no.

En la negociación de las compras existen una serie de **factores que influyen** de forma decisiva:

- ✓ **Calidad.** Este factor es determinado por el cliente que exige a sus proveedores un nivel de calidad en sus productos. Y a partir de esta exigencia se gestiona el resto de los condicionantes de la negociación.
- ✓ **Precio.** Este factor es a simple vista el factor decisivo que determina toda la negociación, sin embargo, no debes caer en este error porque tienes que considerar el resto de factores que se mencionan para que la negociación que realices no te dé sorpresas finales.
- ✓ **Servicio.** El cliente tiene que negociar con el proveedor aspectos tales como, la entrega de mercancías en lugar y fecha, promociones de degustación o prueba del producto o mercancías, materiales de publicidad,...
- ✓ **Condiciones de pago.** Una vez se conoce el presupuesto de compras, debes acordar la forma de pago y qué tipos de descuentos te ofrecen: descuentos por anticipo, descuentos por pago al contado, descuentos a un período determinado, descuentos por volumen, descuentos comerciales,...

1.1.- Proceso: identificar o anticipar necesidades.

Siempre que tengas previsto realizar compras, antes de comenzar con la negociación tienes que conocer e identificar las necesidades de tus clientes para anticipar tus futuras necesidades. Por eso lo primero es **descubrir las necesidades de los clientes**, debemos ir más allá de las necesidades manifestadas y descubrir también las no manifestadas.



Siempre es difícil determinar las necesidades de los clientes, estos en muchos casos actúan de forma no prevista por los proveedores, en las peticiones de pedidos. A veces las necesidades de los clientes son tan variadas que los proveedores necesitan ordenar todos los pedidos para evitar confusiones. Por todo esto, **identificar y anticiparse a las necesidades de los clientes por parte de los proveedores resulta bastante complicado**.

Existen algunos métodos que tratan de identificarlos o al menos obtener información valiosa. Los **métodos** para detectar las necesidades de los clientes incluyen:

- ✓ **Comunicarse con los clientes.** Al obtener información de los clientes se conoce sus quejas y sus insatisfacciones con respecto a los proveedores. De esta forma, se puede conocer los gustos, los estilos, la forma de actuar de los clientes.
- ✓ **Simular la posición de los clientes.** Te permite ponerte en el sitio de tus clientes y conocer los problemas con los que se enfrentan. Esto te permite determinar las necesidades que pueden tener, según sus circunstancias.
- ✓ **Estudio de mercado.** Te permite realizar una investigación de mercado, con lo que consigues adelantarte a las futuras demandas de tus proveedores. Para esta investigación de mercado se debe detectar las necesidades de los clientes a través de algunas preguntas como: ¿Qué características del producto son más importantes para el cliente? En cuanto a esas características clave, ¿Cómo se puede comparar nuestro producto con el de la competencia?

Para saber más

En el siguiente enlace encontrarás información sobre un portal industrial donde se presentan dos listados, uno de proveedores

identificando necesidades, y otra lista de compradores identificando sus necesidades.

[Listado de proveedores y compradores identificando necesidades.](#)

Autoevaluación

Para identificar las necesidades del comprador, es conveniente realizar estudios de mercado que te permitan adelantarte a la demanda. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Correcta. Muy bien has comprendido perfectamente el concepto.

No es correcta, vuelve a leerlo y verás como cambias de opinión.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

1.2.- Determinar si es necesario negociar.

Cuando **deseas obtener un beneficio y sabes que para ello conviene relacionarse con un tercero es cuando surge la necesidad de negociar.**

Las empresas deben conocer sus necesidades de stock para determinar la cantidad y calidad de productos que se tiene que adquirir a los proveedores. Es decir, debes conocer claramente en que situación se encuentra tu empresa, incluyendo la situación financiera, para poder negociar y saber:



- ✓ El límite hasta donde estar dispuesto a llegar.
- ✓ Donde está el intervalo que consideras razonable.
- ✓ La barrera donde empieza a ser un gran negocio.

Existen unas **claves básicas** que se suelen seguir para saber si es necesario negociar:

- ✓ **Informarse:** debes anticiparte a la negociación, tienes que estar informado sobre los distintos proveedores que hay, precios, los tipos de productos que ofertan, los servicios que se facilita a los clientes, etc.
- ✓ **Preparar la negociación:** solo con informarse sobre la competencia no es suficiente, sino que también debemos tener claros los objetivos que queremos alcanzar y determinar qué queremos y qué podemos asumir.
- ✓ **Abrir la empresa a los proveedores:** normalmente el proveedor no sabe nada de tu compañía, así que es importante que le expliques en qué consiste tu negocio. Es fundamental también que siempre cuentes la verdad, ya que a veces la mentira es difícil de mantener. Esto no significa que tengas que contar todo lo que sabes.
- ✓ **Identificar a la competencia de los proveedores:** no debes amenazar al proveedor con la competencia, ya que éste debe ser siempre nuestro aliado, pero no tengas miedo a hablar de la competencia, menciona si en un aspecto determinado la competencia presenta mejores beneficios. Además, no tengas miedo a preguntar directamente por incentivos.
- ✓ **Marcar el ritmo adecuado:** nunca tomes una decisión apresurada. Piensa bien las condiciones antes de llegar a un acuerdo. Si algo no te convence, sigue buscando.
- ✓ **Los precios:** el objetivo que se persigue es conseguir el mejor precio posible. Por lo general, los proveedores trabajan con precios al por mayor que son estándar. La mayoría de los proveedores trabajan con un pedido y un importe lo más bajo posible para asegurarse el pago de los portes. Pero siempre hay posibilidades de mejorar esos precios, por ejemplo, pregunta cuál es el importe mínimo para que sea el propio proveedor quien corra a cargo de los costes del transporte, así te ahorrarás costes adicionales que tendrás que

recuperar en las ventas o si vas a comprar grandes cantidades de un producto, vale la pena preguntar por descuentos. Otra opción sería a través de la fijación de un importe de venta anual con descuentos en el caso de superar tales importes.

- ✔ **Exclusividad:** no sólo son importantes los precios, sino que también es interesante poder negociar sobre la concesión de la exclusividad de la marca para la zona donde opera tu negocio. Así, no tendrás competencia y te aseguras que serás el único que puede distribuir ese producto en tu zona.
- ✔ **Condiciones de pago:** ya que para poder vender un producto, tienes tú primero que comprarlo, es aconsejable acordar un plazo de pago, por ejemplo 60 o 180 días. De esta manera, ya habrás vendido una parte de los productos y no necesitarás financiar tanto.
- ✔ **Publicidad:** intenta que el proveedor también haga publicidad para tu comercio, por ejemplo mencionando tu negocio en su web.

Cuando tengas la información de todos estos puntos estarás en situación de saber si te interesa negociar o no.

2.- Planificar la negociación.

Caso práctico

En el curso presentan un vídeo de las fases de un proceso de negociación.

María lo observa detenidamente y se plantea cómo llevarlo a la práctica en sus próximas negociaciones.



A continuación le presentan dentro del vídeo, un ejemplo de un cliente que está ampliando su negocio y el volumen de sus pedidos. Se presenta a sus proveedores para pedirles una mejora en las condiciones de servicios y de los precios de los productos. **María** observa cómo realizan la negociación con los proveedores y cómo aprovecha la oferta de uno y otros para mejorar las condiciones de sus acuerdos.

El ejemplo del vídeo se ajusta perfectamente a la situación de **María**, le vendrá muy bien.

Una negociación no empieza cuando te sientas a hablar con la otra parte, sino cuando **comienzas a preparar tu estrategia. La planificación**, de hecho, es para muchos **la clave del proceso** para conseguir una negociación satisfactoria. En la planificación de la negociación tienes que tener presente las diferentes fases del proceso de la negociación para poder planificar todo el proceso. **Las fases de este proceso son:**



- a. **Toma de contacto:** se identifica el potencial cliente o proveedor y se entra en contacto con él.
- b. **Preparación:** consiste en una serie de gestiones previas a la negociación, básicamente se basa en la obtención de la información que nos permitirá desarrollarla.
- c. **Encuentro:** es el tiempo que las partes utilizan para conocerse. Puede ser una sola o varias reuniones.
- d. **Propuesta:** es el planteamiento de los términos en lo que se espera se desarrolle la negociación. Es el principio de lo que es propiamente la negociación.
- e. **Discusión:** es la búsqueda del acuerdo. Consiste básicamente en un progresivo acercamiento de las posiciones de las partes.
- f. **Cierre:** consiste, o bien en llegar a un acuerdo (que como se ha dicho en el

apartado anterior debe ser satisfactorio para las dos partes) o en el peor de los casos en la ruptura de la negociación.

Lo normal es que las dos primeras fases se produzcan en nuestro propio entorno. El resto se producirán lógicamente en el entorno en el que se lleve a cabo físicamente la negociación.

Autoevaluación

Las fases del proceso de planificación de la negociación son, la fase de estudio, la fase de análisis y la fase redacción. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

No es la respuesta correcta, estas fases son incorrectas.

Correcta. Exacto, estas fases son falsas.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

2.1.- Conducir la negociación.

En el momento que te encuentras en una negociación, **normalmente se considera que el que realiza propuestas ambiciosas obtiene mejores resultados que el que las realiza conservadoras.**



Esta es la causa de que los **vendedores realicen ofertas al alza** mientras **los compradores las realizan a la baja**. De todas maneras antes de realizar la propuesta debes tener en cuenta tres cosas:

- ✓ El **margen de negociación** con el que se juega en ese país.
- ✓ **La competencia directa** que vamos a encontrarnos en el sector del que se trate.
- ✓ **Nuestro interés o necesidad** en cerrar el negocio.

Cuando realicemos una propuesta hemos de procurar **mantenernos firmes en los temas más generales y evitar compromisos en los temas concretos**. Esto nos **permitirá rehacer la propuesta** en función de lo que vayamos sabiendo sobre el cliente.

Cuando recibamos una propuesta también debemos tener en cuenta **dos normas básicas**:

- a. **No interrumpir nunca una propuesta** ya que crea hostilidad por la otra parte y además puede impedir la concesión que normalmente se hace al final de una propuesta.
- b. **Nunca se debe mostrar rechazo a una propuesta** (incluso aunque sea inaceptable). Es mejor mantenernos inamovibles en nuestra posición para que sea el otro el que vaya variando la propuesta y acercándose a nuestra posición.

Para saber más

En el siguiente enlace encontrarás información sobre un vídeo que trata sobre la negociación de una madre y un hijo, dueños de un negocio, con sus empleados y con un proveedor.

Negociación: Hl storia de "El...



[Resumen textual alternativo](#)

2.2.- Ejecutar el acuerdo.

Llegado el momento de la ejecución del acuerdo debes tener en cuenta que **para cerrar con éxito un acuerdo han de darse cuatro condiciones simultáneamente:**



1. **Satisfacer necesidades de la otra parte** ya que si no es así se negará a cualquier acuerdo.
2. **Tener credibilidad en el mensaje.** En esta fase debemos ser firmes y dejar claro que la negociación se acaba.
3. **Clima de confianza entre las partes,** lo cual se derivará de las relaciones que hayamos generado.
4. **Que el margen de negociación esté agotado por nuestra parte.** Si no es así será muy peligroso intentar el cierre pues si la otra parte descubre nuestra posición real perderemos su confianza.

Existen varias **técnicas que nos permitirán cerrar la negociación.** Tendremos que adaptarlas a la situación y la personalidad de la otra parte. Algunos ejemplos son:

- ✓ **La última concesión.** Se trata de cerrar realizando una última concesión no muy importante.
- ✓ **El resumen.** Se trata de hacer un resumen de los acuerdos logrados recalcando los beneficios para la otra parte.
- ✓ **Ofrecer a la otra parte una doble alternativa** que esté dentro de nuestro margen de negociación.
- ✓ **Acuerdo presunto.** Consiste en dar por hecho que se ha llegado a un acuerdo y pedir aclaraciones sobre su realización práctica.
- ✓ **Adoptar la postura de la otra parte** y preguntarle los beneficios que ve en el acuerdo, si los ve, significa que está dispuesto a cerrar.
- ✓ **Ultimátum.** Consiste en decir a la otra parte que no estamos dispuestos a hacer ninguna concesión más.
- ✓ **Decisión urgente.** Consiste en convencer a la otra parte de que debe tomar una decisión ya, porque no podemos mantener más tiempo las condiciones.
- ✓ **Interrupción de las negociaciones** para replantearnos nuestra situación.

Una cosa que debemos tener en cuenta es que incluso cuando no se llegue a un acuerdo hay que esforzarse en dejar abierta la puerta para acuerdos futuros. Las circunstancias cambian y aquel con el que no llegaste a un acuerdo hoy, es el posible cliente de mañana.

Autoevaluación

Crear un clima de confianza es una condición necesaria a la hora de tomar un acuerdo entre proveedor y cliente. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Correcta. Muy bien has comprendido perfectamente el concepto.

No es correcta, vuelve a leerlo y verás como cambias de opinión.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

3.- Preparación de la negociación.

Puntos críticos.

Caso práctico

Antonio comenta que para preparar una negociación se tiene que partir de unos objetivos y tenerlos claros. Indica que tienen que tener claro y apuntados en una libreta los objetivos que les gustaría alcanzar, los objetivos que se pretenden conseguir y cuáles son los objetivos mínimos, que esta información la tiene que tener a mano, y siempre, unos minutos antes de entrar a cualquier negociación leer los objetivos que previamente y con tranquilidad se han concluido.



Cuando tengas que preparar una negociación, **debes tener claro cuales son tus objetivos**, y tenerlos claramente definidos. Estos objetivos se pueden clasificar en tres grupos:

1. **Objetivos que nos gustaría alcanzar**, son los más optimistas y si no los conseguimos no nos consideraremos perjudicados.
2. **Objetivos que pretendemos conseguir** dadas unas circunstancias normales. Son el centro de la negociación y es sobre los que se suelen hacer concesiones en el proceso negociador.
3. **Objetivos mínimos**. Coinciden con nuestra posición de ruptura y si no los conseguimos estamos dispuestos a romper la negociación.



Cuando realizas la lista de objetivos tienes que tener en cuenta que es muy posible que estos varíen a lo largo de la negociación.

También es importante **realizar una lista similar de objetivos de la otra parte negociadora**.

Durante esta parte de la negociación es **indispensable la búsqueda de la información** que nos permitirá fijar nuestros objetivos y conocer a la otra parte. La información que debemos buscar no es solo sobre la **empresa cliente sino también sobre nuestra competencia**, ya que nuestra oferta será inevitablemente comparada con otras.

En el caso de encontrarte en la posición de cliente, deberás **comparar las ofertas de diferentes proveedores**.

Por ultimo, debemos elaborar una **agenda de asuntos a tratar** distinguiendo asuntos principales y colaterales y dándoles un orden. En este aspecto hay que intentar prever no solo los asuntos que tú quieres tratar sino también los que puedan aportar la otra parte.

En primer lugar tienes que situarte ante tres posiciones que conforman un aspecto fundamental en preparación de toda negociación.

En cualquier negociación los **puntos críticos** tienen que ser tenidos en cuenta, ¿quieres saber cuáles son? Pues son las siguientes:

- ✔ **Punto de partida** es donde se cumplen todas las expectativas de las partes.
- ✔ **Punto de ruptura:** es el punto a partir del cual cada parte no seguirá negociando. Por desconocimiento del punto de ruptura se pueden cometer errores como dejar de cerrar operaciones que están dentro de los límites aceptables de la empresa o conceder más de lo se debería a la otra parte.

4.- Técnicas de negociación.

Caso práctico

Durante de un descanso de media hora para tomar un desayuno, **María** ha hablado con sus compañeros de curso, todos comentan que es bastante útil y muy práctico, la mayoría son gerentes de empresas y van a poner en práctica relativamente pronto las cosas que están aprendiendo.



En los apartados anteriores has visto los puntos críticos en la negociación, así como la preparación y planificación de la negociación. En este punto vas a conocer las técnicas de negociación, tienes que tener presente que cualquier negociación pasa por un respeto mutuo por las dos partes.

Aunque en general, es difícil clasificar las técnicas de negociación, existen varias formas de enfocar estas técnicas:

- ✓ **Técnica 1.** Apostar alto. Se trata de empezar a negociar con demandas muy altas para tener más margen de negociación.
- ✓ **Técnica 2.** Control de tiempo y/o espacio. Se trata de desarrollar el proceso en un espacio físico que nos sea favorable. En el caso del tiempo podemos controlarlo con retrasos cuando la negociación no se desarrolla a nuestro favor para así ganar tiempo que nos permita reorientar la negociación. También cabe poner límites de tiempo que darán una sensación de urgencia a la otra parte que le lleve a hacer concesiones.
- ✓ **Técnica 3.** Hacer referencia a competidores, es decir recordar a los vendedores que se tienen otras ofertas.
- ✓ **Técnica 4.** Hacer concesiones solo a cambio de concesiones, nunca gratis.
- ✓ **Técnica 5.** Realizar una demanda final cuando se está a punto de conseguir el acuerdo. Es muy probable que el oponente no se niegue a esta última concesión después de un largo proceso negociador.
- ✓ **Técnica 6.** Profundizar en algún tipo de detalle ya sea técnico, financiero o legal obviando los otros.



- ✓ **Técnica 7.** Apelar al prestigio que hemos alcanzado en nuestro sector. Obviamente solo es válido si ese prestigio existe
- ✓ **Técnica 8.** La piedra. Consiste en no ceder, en aguantar la presión. Nunca debe hacerse con una negativa, es mucho mejor ignorar simplemente las propuestas que no estamos dispuestos a aceptar.
- ✓ **Técnica 9.** Adelantarse a las objeciones del contrario
- ✓ **Técnica 10.** Sistema de promesas y recompensas. Consiste en prometer algo a la otra parte si esta acepta nuestra propuesta.
- ✓ **Técnica 11.** Convencer a la otra parte de que lo que proponemos es una práctica habitual.
- ✓ **Técnica 12.** Buscar aliados en el equipo de la otra parte y facilitarles argumentos para que convenzan a los suyos.

Cualquier negociación que se realice debe hacerse pensando en las técnicas porque no es bueno realizar una negociación en la que el negociador seescore a una actitud demasiado conciliadora o una actitud demasiado agresiva:

- ✓ Por un lado, no es bueno crear un clima de tensión que provoque poder romper la negociación.
- ✓ Y por otro lado, tampoco es bueno plegarse a todos las exigencias del oponente.

El negociador ideal es aquel que es exquisito en las formas, respeta al oponente teniendo en cuenta sus intereses y a la vez defiende con firmeza sus intereses, no se debe confundir la firmeza con falta de flexibilidad. A la vez es **dinámico y se adapta** a las nuevas informaciones y planteamientos que pueda recibir durante la negociación, nunca se debe pensar que la otra parte es uncontrincante.

Por último, es **interesante conocer de antemano al negociador** al que nos vamos a enfrentar, con el fin de conocer sus fortalezas y sus posibles carencias.

Autoevaluación

La negociación enfocada en las personas, consiste en perseguir los objetivos a toda costa, hasta alcanzar las metas. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

No es correcta, vuelve a intentarlo.

Correcta. Exacto, este tipo de negociación no persigue los objetivos a cualquier precio.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

5.- Relación proveedor cliente: código ético.

Caso práctico

Fernando se incorpora al curso en la segunda sección, la experta toma la palabra y comenta que muchas ocasiones la imagen de las empresas están en detalles de comportamiento de las mismas. Incluso muchos suministradores y proveedores se hacen una imagen de los clientes y de las empresas sin conocerlos, simplemente a través del contacto cuando realizan los pedidos y su respuesta ante dicha situación.



Fernando se queda pensativo y reflexiona sobre la situación.

El código ético entre proveedor y cliente tiene como objetivo **mantener y mejorar las relaciones entre ambas partes**, este código suele ser confidencial. Las empresas suelen elegir a los proveedores que compartan su código ético.

El código ético proveedor proporciona los cimientos para que el cliente y sus proveedores construyan y mantengan una relación basada en la justicia, la confianza y en el respeto.

Algunos **criterios** que tienen que tener en cuenta proveedor-cliente en cuanto al código ético son:

- ✓ **Integridad.** Supone que ambas partes actúan de buena fe y tienen relaciones basadas en la transparencia.
- ✓ **Profesionalidad.** Se entiende que ambas partes intentan conseguir la máxima calidad en su trabajo y sus relaciones.
- ✓ **Respeto.** Supone que ambas partes tienen una actitud de reconocimiento del valor del contrario, y de las diferentes personas que participan en la relación cliente-proveedor. También tienen que respetar el entorno social y medioambiental de su relación.



- ✔ **Buena reputación.** También se tiene en cuenta aquellos proveedores que tengan buena reputación en los tratos comerciales.

En general, el código ético varía según el sector en el que trabajan las empresas y los proveedores.

Cada vez más empresas, proveedores,..., están tomando como referencia para su código ético, el **Pacto Global que llevó acabo las Naciones Unidas en el año 1999**. A este Pacto Global se pueden ir añadiendo las empresas comprometiéndose a cumplir con los diez principios que establece las Naciones Unidas.

Si quieres conocer estos principios pasa el cursor del ratón por encima de la siguiente animación y los conocerás.

[Resumen textual alternativo](#)

5.1.- Decálogo del comprador.

Cuando actúas como comprador frente a tus proveedores debes tener en cuenta el decálogo que ha desarrollado la AERCE (Asociación Española de Responsables de Compras y Existencias) en colaboración con otras Asociaciones Profesionales de Compras.

Antes de conocer el decálogo del comprador. Un decálogo, es un conjunto de diez principios o normas considerados básicos para el ejercicio de la compra.



Decálogo del comprador:

1. Considerar, en primer lugar, el **interés de tu empresa** en todas las transacciones; participar de las políticas establecidas y obrar conforme a las mismas.
2. Ser **receptivo** para con los consejos competentes de tus colegas de profesión, pudiendo guiarte de su asistencia, sin perjuicio de la dignidad y responsabilidad de tu trabajo.
3. **Comprar**, sin perjuicio, intentando obtener el **máximo rendimiento** por cada euro desembolsado.
4. Trabajar de forma continuada en el conocimiento de los materiales, servicios y procesos de producción, estableciendo **métodos prácticos para la gestión de las compras**.
5. **Actuar con honestidad y veracidad** en las compras y ventas y denunciar cualquier forma ó manifestación de soborno.
6. **Atender con prontitud** y cortesía a quienes se presenten con una legítima misión de negocios ó asuntos relacionados con tu trabajo.
7. **Respetar tus obligaciones** y hacer respetar las de los demás, para llegar a una buena práctica en los negocios.
8. **Participar en programas de perfeccionamiento profesional**, que sirvan para el buen desarrollo y mejora de tu trabajo.
9. **Cooperar con aquellas organizaciones** ó personas, que trabajan en la proyección y consolidación del prestigio y valía de la Gestión de Compras y Aprovisionamientos.
10. **Promover la aceptación de estos Principios Éticos y Decálogo del Comprador** en tu empresa, con tus proveedores y en el ámbito general de los negocios.

Para saber más

En el siguiente enlace encontrarás información sobre el decálogo del

consumidor.

[Decálogo del consumidor.](#)

Autoevaluación

El decálogo del comprador es un conjunto de cinco principios o normas consideradas básicas para el ejercicio de la compra. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

No es correcta, debes volver a intentarlo.

Es correcta, te has dado cuenta.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

6.- El contrato de compraventa y suministro.

Caso práctico

Lourdes, la experta, les comenta a los asistentes que el contrato de compraventa es una parte muy importante porque es la forma de contextualizar la negociación que se ha tenido con los clientes o los proveedores y se debe prestar atención para que se exprese exactamente lo mismo que se ha acordado. **Lourdes** les enseña una presentación con diferentes tipos de contratos de compraventa, con las ventajas e inconvenientes de cada uno.



En el momento que necesitas realizar una compra a un proveedor o una venta a un cliente tienes la necesidad de realizar un **contrato de compraventa**. En nuestro país, el contrato de compraventa se puede definir de acuerdo al artículo 1445 del Código Civil.

El contrato de compraventa es aquel contrato que hace surgir obligaciones recíprocas para ambas partes, de manera que el vendedor estará obligado a la entrega de una cosa determinada, mientras que el comprador tendrá la obligación de pagar un precio cierto en dinero o signo que lo represente.

No siempre es fácil distinguir cuándo nos encontramos ante un suministro, lo que va a ser comercializado ha de hacerse con un contrato de suministro, por tanto es importante conocerlos. Se consideran **contratos de suministro** los siguientes:



- ✓ Los que obliguen al **vendedor a entregar una cantidad de bienes de forma sucesiva** por precio unitario no quedando reflejado el precio total con exactitud en el momento de la celebración del contrato, ya que las entregas se harán según las necesidades del comprador.
- ✓ Aquellos por los que el **comprador adquiera o arriende equipos y sistemas para el tratamiento de la información**, sus dispositivos y programas así como la cesión del derecho de uso de éstos últimos, como de equipos y sistemas de telecomunicaciones.
- ✓ Aquellos por los que el **comprador adquiera bienes elaborados y los incorpora a su proceso productivo** añadiéndole un último detalle en su producción.

¿Quieres saber cuáles son las **características** de un contrato de suministro? Son las siguientes:

- ✓ Proporciona obligaciones duraderas en el tiempo.
- ✓ Garantiza una atención estable de las necesidades del suministro sin necesidad de tener que hacer contratos periódicos.
- ✓ Es susceptible de ser revisado o resuelto, en el caso de producirse cambios importantes que alteren el equilibrio entre los objetivos de las partes.

El contrato de compraventa se regula a través de los artículos 1445-1537 del Código Civil.

En cuanto al **contrato de compraventa internacional de mercancías** es regulado a través de la **Convención de las Naciones Unidas sobre el contrato de compraventa, realizada en Viena el 11 de Abril de 1980.**

6.1.- Tipos de contratos de compraventa.

En el mercado existen diferentes modalidades de contrato de compraventa, cada uno con sus propias características y peculiaridades. A continuación te presentamos las principales modalidades de contrato de compraventa.



- ✓ **Contrato de compraventa con reserva de dominio.** El traspaso de la propiedad se realiza al finalizar el contrato y queda pendiente de cumplir una condición el que recibe la propiedad.
- ✓ **Contrato de compraventa a plazos.** Se considera una venta a plazo un contrato mediante el cual el vendedor entrega al comprador una cosa y recibe de éste, en el mismo momento, una parte del precio, con la obligación de pagar el resto en una serie de plazos.
- ✓ **Contrato de compraventa al contado.** En este tipo de contrato, en el momento que se realiza la entrega se tiene que hacer el abono del precio estipulado.
- ✓ **Contrato de compraventa con pacto de preferencia.** El comprador tiene la obligación, en caso de futura venta, que una determinada persona adquiera la cosa, con prioridad sobre el resto de eventuales compradores.
- ✓ **Contrato de compraventa con retracto convencional.** En este tipo de contrato el vendedor tiene el derecho de adquirir el bien o servicio vendido. El objetivo es económico, se persigue que el vendedor obtenga liquidez en un futuro próximo para poder adquirir el bien o servicio vendido anteriormente.
- ✓ **Contrato de compraventa de suministros.** El contrato de suministro es aquél que permite a una de las partes entregar a otra, cantidades consecutivas de mercancías, efectos o bienes en los plazos fijados en el contrato según las necesidades del comprador.
- ✓ **Contrato de compraventa ad gustum.** En este tipo de contrato el comprador realiza una prueba o degustación que permite determinar si le gusta o no, determinando si la calidad es la esperada según las referencias del comprador.

Autoevaluación

El contrato de compraventa a plazos consiste en la transmisión del bien o servicio a cambio de la obligación de realizar un pago fraccionario en un determinado número de cuotas periódicas. ¿Verdadero o falso?

Verdadero.

Falso.

Correcta. Muy bien has comprendido perfectamente el concepto.

No es correcta, vuelve a leerlo y verás como cambias de opinión.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

6.2.- Elementos personales y reales que configuran un contrato.

En los apartados anteriores has visto los contratos de compraventa de suministros y los tipos de contratos de compraventa, en estas líneas conocerás las partes que conforman un contrato.



Considerando el contrato como un acto jurídico formado por elementos personales, reales y formales, analicemos cada uno de ellos.

- ✓ **Elementos personales.** En principio, cualquier persona física o jurídica puede llegar a ser parte del contrato siempre que posea la suficiente capacidad legal para ejercer una actividad empresarial. Las personas sujetas al contrato son el comprador y el vendedor.
 - **Vendedor.** Es el titular del bien o servicio. Es el encargado de determinar las condiciones del contrato.
 - **Comprador.** Es la persona que aporta la cantidad y la responsable de aceptar las condiciones del contrato.

Dependiendo del tipo de contrato pueden aparecer otros elementos personales como son el caso de los **contratos de seguros** (el tomador, el mediador, el beneficiario), de los **contratos de transporte** (la persona que realiza el transporte, el cargador y el destinatario), entre otros, por tanto, dependiendo del tipo de actividad que se contrate los elementos personales pueden variar.

- ✓ **Elementos reales.** Se integran todos los elementos que generan prestación y contraprestación.
 - **La cosa.** Es el objeto material, el bien o servicio que se da como prestación.
 - **El precio.** Es el valor pecuniario en que se estima la cosa.
- ✓ **Elementos formales.** Los contratos de compraventa no es prescriptivo que se realicen por escrito, pero habitualmente suelen realizarse contratos privados entre las partes implicadas. En muchos de ellos se presentan testigos o se hace uso de notarios o notarias que den fe del contrato. Existen dos elementos formales que se tienen que tener presentes:
 - **El consentimiento.** Es la autorización que concede el comprador.
 - **Prohibición legal.** El comprador tiene que conocer que no exista ninguna prohibición legal sobre el bien o servicio.

Para saber más

En el siguiente enlace puedes consultar la normativa que regula el contrato de transporte de mercancías y de viajeros. Además de los elementos que forman dicho contrato, desde el punto de vista de los contratos de transporte de mercancías y de viajeros.

[Elementos de un contrato de transporte de mercancías y de viajeros.](#)

7.- Normativa mercantil que regula los contratos.

Caso práctico

Carlos está orgulloso de que **Fernando** y **María** hayan decidido contar con él.

Los expertos comentan las últimas normativas al respecto de los contratos, entregando un documento con las direcciones donde poder consultar el código civil y el código de comercio. Además y para finalizar el curso dan unos consejos a la hora de redactar los contratos.



Carlos una vez finalizado el curso, se reúne con **María** para explicarle todo lo que se ha comentado y la documentación que le han entregado. **María** se lo agradece y se marchan a tomar un café.

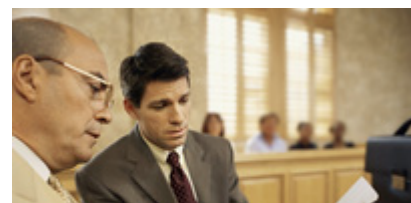
Cuando tienes que realizar un contrato mercantil debes saber que la normativa que la regula todos los contratos, se basa en considerar este contrato un **acto comercial**. Y por tanto, será el **código de comercio** el que regule la normativa de los contratos mercantiles, así como las leyes especiales de comercio.

Para saber más

En el siguiente enlace puedes consultar el Código de Comercio de España.

[Código de Comercio de España.](#)

Todo lo que en este código y en las leyes especiales de comercio no se haya contemplado, serán reguladas por las reglas generales de las obligaciones y contratos del Libro **IV** del **Código Civil**.



Los proveedores y consumidores en los contratos suelen incluir una cláusula de arbitraje. Y existe una **ley de arbitraje** que regula este proceso, la Ley 60/2003 de 23 de diciembre, de Arbitraje.



El arbitraje permite resolver disputas entre las partes del contrato, siempre y cuando ambas partes lo hayan pactado previamente.

El proceso que se sigue se establece en la cláusula de arbitraje del contrato, donde se indica quien será el encargado de resolver las disputas.

Para saber más

En el siguiente enlace podrás consultar la Ley 60/2003 de 23 de diciembre de arbitraje.

[Ley de arbitraje](#) (Texto consolidado).

Autoevaluación

El código civil es la única normativa que regula los contratos. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

No es correcta, vuelve a leer la pregunta.

Correcta, no es cierto.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

7.1.- Cláusulas del contrato de suministros.

En el momento que tienes que redactar un contrato de suministros, es importante que en el mismo aparezcan todas las cláusulas que establece la ley.

En primer lugar, vamos a saber qué se entiende por cláusula de un contrato de suministro.

Cláusula es cada una de las disposiciones o condiciones de un contrato de suministro.



En el caso de contrato de suministro, las cláusulas del mismo las puedes conocer en la siguiente animación, pasa el cursor del ratón por encima de los rectángulos y las conocerás.

[Resumen textual alternativo](#)

7.2.- Redacción del contrato.

En los apartados anteriores has conocido las cláusulas del contrato y la normativa que regula los contratos, en las siguientes líneas conocerás **cómo redactar un contrato**.

Siempre que tengas que redactar un contrato de compraventa tanto si lo realizas a nivel nacional como internacional tienes que **definir todas las partes e identificar los organismos que intervienen**.



- ✓ Si se trata de **personas físicas** se definen haciendo constar: la mayoría de edad, la profesión, el estado civil, el domicilio y el DNI o NIF.
- ✓ Y si se trata de **personas jurídicas** se definen haciendo constar el domicilio social, los datos de inscripción en el registro, el CIF y el título con el que actúan sus representantes así como el poder notarial que le otorgaron.

Las principales partes o elementos de un contrato de compraventa son:

- ✓ **Personas:** vendedor (vende la propiedad) y comprador (adquiere la propiedad).
- ✓ **Precio:** indica el valor económico de la propiedad.
- ✓ **Propiedad:** es la cosa objeto del contrato, tanto bien como servicio.
- ✓ **Formalidades:** se redacta de forma habitual un contrato privado que sirve de prueba del mismo.

La definición de las partes es muy importante, además de porque normalmente son los que realizan la operación y los protagonistas del negocio, porque con su definición se aclara a quién se dirige el contrato, a qué personas vincula y con qué legitimidad actúan.

Todos los datos de las partes y de sus representantes se exponen en la **presentación y en la declaración**.

- ✓ En la primera, se presentan las partes y sus representantes quedando definido quién es el comprador y quién el vendedor así como sus representantes,
- ✓ y en la segunda, se manifiestan los **datos de constitución, el objeto social y la legitimidad de los representantes de ambas partes**.

Para saber más

En el siguiente enlace encontrarás un contrato de compraventa de vehículos usados listos para ser rellenado. Para acceder al contrato

pulsar con el ratón en el primer enlace que aparece de la lista de enlaces.

[Contrato de compraventa de vehículos usados a motor.](#) (0.01 MB)

Autoevaluación

En todo contrato de compraventa se tiene definir todas las partes e identificar los organismos que intervienen. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Correcta. Muy bien has comprendido perfectamente el concepto.

No es correcta, vuelve a leerlo y verás como cambias de opinión.

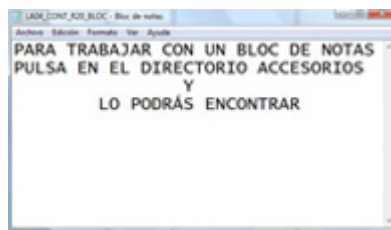
Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

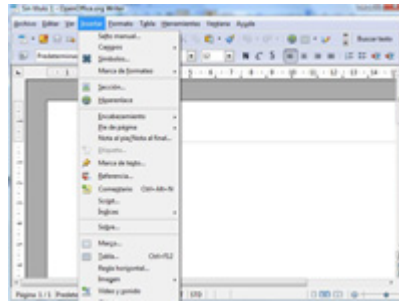
7.3.- Aplicaciones informáticas de tratamiento de textos.

Cuando necesitas realizar un tratamiento de texto para entregar un documento, tienes una oferta variada de aplicaciones que te permiten realizar tu trabajo. Las variantes que existen son:

- ✓ **Editores de texto.** Son programas sencillos que te permiten dar forma en tamaño, tipo de letra, estilo de la letra, a los textos. Además te permite buscar palabras dentro del texto.



- ✓ **Procesadores de texto.** Estas aplicaciones te permiten crear un entorno en el que se facilita el trabajo a la hora de realizar informes, redactar los contratos y escribir las cláusulas vistas en apartadores anteriores. Las **principales funciones** que suelen incluir los procesadores de texto son:
 - **Insertar.** Te permite introducir texto en el interior de un documento. Entre otras opciones, ya que puedes insertar gran cantidad de cosas en el documento, como imágenes, vídeos, objetos, símbolos,...
 - **Cortar.** Si deseas cambiar una parte del documento y colocarlo en otra zona, esta función te interesa.
 - **Copiar.** Cuando se repite una parte del texto es interesante poder copiarlo para repetirlo en otra parte del texto.
 - **Pegar.** Cuando has utilizado la función anterior y quieres introducir una parte del texto en el documento debes utilizar esta función.
 - **Formato.** Te permite el tratamiento del texto cambiando el estilo de texto, el tamaño, el color, transformarlo en mayúsculas o minúsculas,...
 - **Buscar y restituir.** Te permite buscar una palabra dentro de un documento extenso. Además puedes cambiar una palabra o una frase completa que se repite en el documento por otra, en una sola acción.
 - **Tablas.** Te permite realizar tablas de diferentes tipos de formatos, variando el número de filas y columnas, ajustando la tabla al texto,...
 - **Fórmulas.** Puedes insertar fórmulas creadas por ti, con el editor de fórmulas.



Los procesadores de texto te permiten confeccionar los contratos de compraventa con todas estas funciones, además de otras como la corrección ortográfica, búsqueda de sinónimos, comunicación con bases de datos u hojas de datos,...

- ✓ **Paquetes de autoedición.** Te permiten realizar todo tipo de diseños sofisticados, documentos impresos,... Existe gran cantidad de software en el mercado de diferentes marcas.







Para saber más







En el siguiente enlace encontrarás un manual básico de OpenOffice Writer.









[Manual básico de OpenOffice Writer.](#) (1.04 MB)

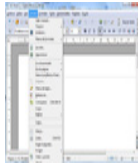
Anexo.- Licencias de recursos.

Licencias de recursos utilizados en la Unidad de Trabajo

Recurso (1)	Datos del recurso (1)	Recurso (2)	Datos del recurso (2)
	<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.</p>		<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD109.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD233.</p>		<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.</p>
	<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.</p>		<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia:</p>

			<p>CD-DVD Num. CD109.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD109.</p>		<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD109.</p>		<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD165.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD165.</p>		<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.</p>

	<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: Obra derivada de LA04_CONT_R013.01_BU001873. CD-DVD Num. V07.</p>		<p>Autoría: Photodisc. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V07.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. V43.</p>		<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD109.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia. Procedencia: CD-DVD Num. CD303.</p>		<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia.. Procedencia: CD-DVD Num. CD303.</p>
	<p>Autoría: Stockbyte. Licencia: Uso educativo no comercial para plataformas públicas de Formación Profesional a distancia.</p>		<p>Autoría: Luis Fernando Galisteo García. Licencia: Copyright (Cita).</p>

	Procedencia: CD-DVD Num. CD303.	Procedencia: Captura de pantalla del programa bloc de notas propiedad de Microsoft Windows.
	Autoría: Luis Fernando Galisteo García. Licencia: Copyright (Cita). Procedencia: Captura de pantalla del programa OpenOffice.orgWriter.	