

ÍNDICE

Capítulo 1.	
INTRODUCCIÓN A LA NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	13
1.1. La negociación como forma de resolver conflictos	21
1.1.1. Experiencia de conflicto	31
1.2. Fases de la negociación	32
1.2.1. Planificación	33
1.2.2. Desarrollo	39
1.2.3. Cierre y compromiso	41
Capítulo 2.	
LA FUNCIÓN DE COMPRAS	43
2.1. Modelos de aprovisionamiento	49
2.1.1. Aprovisionamiento <i>just in time</i> (JIT)	49
2.1.2. Aprovisionamiento VMI (<i>Vendor Manager Inventory</i> o inventario gestionado por el vendedor)	51
2.1.3. Aprovisionamiento con aplazamiento de fases productivas	53
2.1.4. Aprovisionamiento por orden de compra planificada	53
2.2. La generación de valor	54
2.3. La relación del departamento de compras y el resto de departamentos: el cliente interno	59
2.3.1. Canalización de las solicitudes de compra	63
2.4. Relación con los proveedores	64
2.5. Seguimiento de calidad de las compras realizadas	66
2.6. La gestión de la cadena de suministro	67

Capítulo 3.

LA PREDISPOSICIÓN AL BENEFICIO MUTUO	71
3.1. El beneficio mutuo y la responsabilidad social corporativa	81
3.2. El beneficio mutuo en la relación con los empleados	84
3.2.1. Los empleados como clientes internos	89
3.2.2. La subcontratación de personal o <i>outsourcing</i>	90

Capítulo 4.

FACTORES A TENER EN CUENTA EN LA NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	93
4.1. Enfoques de compra	96
4.2. Tipos de producto	97
4.3. Tipología de proveedores	99
4.4. Situación de poder	101
4.5. Objetivos de la empresa	104
4.6. Personas involucradas	105
4.6.1. Negociación entre tres o más partes	108
4.7. Tipo de organización	108
4.7.1. Organizaciones según las características de las personas que trabajan en ellas	110
4.7.2. Organización según su orientación	111
4.7.3. Organizaciones según el país de origen	113
4.8. Tamaño de la empresa	114
4.9. Ciclo de vida de la empresa	115

Capítulo 5.	
CLASIFICACIÓN DE PROVEEDORES	117
5.1. Análisis de la demanda	120
5.1.1. Aspectos que influyen en la demanda	124
5.1.2. Las restricciones de la demanda	128
5.1.3. Análisis de la demanda y el presupuesto	131
5.2. Análisis de proveedores	132
5.3. Clasificación de proveedores	138
5.3.1. Por nivel de calidad	142
5.3.2. Por volumen de compra o facturación.....	142
5.3.3. Por frecuencia de compra	144
5.3.4. Por tipo de producto	144
5.3.5. Por zona geográfica	145
5.3.6. Por nivel de conocimiento	145
Capítulo 6.	
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	147
6.1. La comunicación	149
6.1.1. Técnicas y habilidades de comunicación	150
6.1.2. La comunicación con el cliente interno	154
6.1.2.1. La estandarización de solicitudes y colaboración con otros departamentos	156
6.1.3. La comunicación con los proveedores	157
6.2. Los sistema de información	158
6.2.1. El portal de los proveedores	168

Capítulo 7.

ESTILOS DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	171
7.1. Estilos de negociación en función de los aspectos a los que se dé prioridad en la compra	178
7.1.1. Estilo de negociación de empresas cuya prioridad es el precio	179
7.1.2. Estilo de negociación de empresas cuya prioridad es la relación calidad/precio	179
7.1.3. Estilo de negociación de empresas con prioridad en la mejora continua	180
7.1.4. Estilo de negociación de empresas con prioridad en el desarrollo de la cadena de suministro	180
7.2. Estilos de negociación basados en el ciclo de vida del producto	181
7.2.1. Estilo de negociación en el momento de innovación o lanzamiento de un producto	182
7.2.2. Estilo de negociación en el momento de crecimiento de un producto	183
7.2.3. Estilo de negociación en el momento de madurez de un producto	183
7.2.4. Estilo de negociación en el momento de declive de un producto	184
7.3. Estilos de negociación basados en el tipo de producto ...	185
7.3.1. Estilos de negociación para productos rutinarios .	186
7.3.2. Estilos de negociación para productos cuello de botella	186
7.3.3. Estilos de negociación para productos influyentes	187
7.3.4. Estilos de negociación para productos estratégicos	187

7.4. Estilos de negociación basados en las características culturales	188
7.4.1. Estilo de negociación japonés	190
7.4.2. Estilo de negociación árabe	191
7.4.3. Estilo de negociación chino	192
7.4.4. Estilo de negociación latino	193
7.4.5. Estilo de negociación anglosajón	193

Capítulo 8.

ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN COMPRAS	195
--	------------

8.1. Tipos de estrategias en función de la frecuencia con la que se utilizan	202
8.2. Estrategias para crear valor	203
8.3. Estrategias basadas en el poder de negociación	206
8.4. Estrategias para aumentar el poder de compra	207
8.5. Estrategias en función del nivel de presión utilizado	211

BIBLIOGRAFÍA	213
---------------------------	------------