smart RETAIL

IA ACCELERATOR

IA secrets

GUÍA Nº 19



Guía para la gestión de compras y proveedores con IA

#EuropaSeSiente

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Industria, Turismo, Innovación y Comercio

Oficina Comercio y Territorio pateco

Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana

Apoyo al Comercio Minorista

Cofinanciado por la Unión Europea

Ministerio de Hacienda

Fondos Europeos

Cámara de Comercio de España

Gobierno de España · Ministerio de Economía, Comercio y Empresa

Contenido

Introducción. 2
1. Cómo utilizar los prompts y aportar la documentación 3
2. Qué herramientas pueden utilizarse en cada fase 4
ChatGPT y ChatGPT Work 4
Claude y Claude Cowork 4
Gemini 5
Perplexity y las funciones de búsqueda de otras herramientas 5
Hojas de cálculo y programa de gestión 5
3. Definir la necesidad antes de solicitar o comparar ofertas 5
4. Extraer y ordenar las condiciones de los presupuestos 6
5. Comprobar que las ofertas cubren realmente lo mismo 7
6. Comparar el coste de atender la necesidad, no solo el precio unitario 8
7. Ejemplo: una oferta más barata por unidad puede exigir una compra menos conveniente 9
8. Elaborar criterios de selección antes de decidir 10
9. Evaluar proveedores a partir del servicio realmente prestado 11
10. Localizar nuevos proveedores y preparar su comprobación 12
11. Preparar negociaciones con objetivos y límites claros 13
12. Detectar riesgos de suministro y preparar alternativas 14
13. Protección de la información y prevención del fraude 15
14. Buenas prácticas para obtener decisiones de compra útiles 15
15. Conclusión. 16

Introducción.

La gestión de compras influye directamente en el funcionamiento de un comercio. Elegir un proveedor no significa solamente decidir a quién se compra un producto: también supone aceptar unas condiciones de entrega, unos pedidos mínimos, una forma de pago y una manera de resolver las incidencias.

Una oferta puede parecer atractiva por su precio y resultar poco conveniente cuando se añaden los portes, se comprueba la cantidad mínima exigida o se descubre que el plazo indicado corresponde a la expedición, no a la llegada de la mercancía. Del mismo modo, un proveedor ligeramente más caro puede aportar valor si permite pedidos pequeños, cumple las fechas acordadas y responde con rapidez cuando aparece un problema.

Para muchas pymes comerciales, comparar todas estas condiciones resulta laborioso. La información suele estar repartida entre presupuestos en PDF, tarifas en Excel, correos electrónicos, catálogos y acuerdos de conversaciones anteriores. Además, cada proveedor presenta sus ofertas de una manera diferente, lo que dificulta comprobar si realmente se están comparando opciones equivalentes.

La inteligencia artificial puede ayudar a ordenar esa información, localizar diferencias relevantes y preparar decisiones mejor fundamentadas. Puede revisar presupuestos, extraer condiciones, detectar datos ausentes, calcular comparaciones reproducibles y proponer preguntas para una negociación. También puede analizar el historial de entregas e incidencias para distinguir entre lo que un proveedor promete y el servicio que ha prestado.

Su aportación no consiste en elegir automáticamente al proveedor «más barato» o «más fiable». Consiste en facilitar que el responsable del comercio comprenda qué está comprando, bajo qué condiciones y con qué riesgos.

Esta guía parte de una necesidad de compra definida para analizar con quién conviene cubrirla, cómo comparar las propuestas y qué condiciones deberían aclararse antes de asumir un compromiso.

1. Cómo utilizar los prompts y aportar la documentación

Los prompts incluidos en esta guía pueden copiarse en la herramienta de IA elegida. Los elementos entre corchetes, como [tipo de comercio], [productos que se van a comprar] o [fecha necesaria de entrega], deben sustituirse por información del negocio. Si un dato se desconoce, es preferible indicarlo a introducir una cifra aproximada sin identificarla como tal.

Para obtener resultados útiles, no basta con pedir «compara estos proveedores». Es necesario explicar qué se quiere comprar, para qué se necesita y qué condiciones son importantes. Una compra para una campaña con fecha fija no se evalúa igual que una reposición ordinaria. Tampoco es equivalente adquirir productos de venta habitual que probar una nueva categoría con demanda todavía incierta.

La documentación puede incluir presupuestos, tarifas, fichas de producto, condiciones comerciales, correos de aclaración y registros de pedidos anteriores. Debe indicarse qué documentos están vigentes y si alguno sustituye a una versión previa. Un descuento recibido después por correo no debería aplicarse a todos los artículos si el mensaje solo lo concede para una referencia.

Dependiendo de la herramienta, los archivos pueden adjuntarse al chat, incorporarse a un proyecto o facilitarse mediante acceso autorizado a una carpeta. ChatGPT Work y Claude Cowork permiten trabajar con archivos y recursos autorizados en entornos compatibles. Mencionar una carpeta en el prompt no concede acceso a ella: hay que utilizar las opciones correspondientes y comprobar qué puede leer o modificar la herramienta.

Conviene preparar una carpeta específica con copias de los materiales necesarios. Los documentos originales deben conservarse, y los análisis generados deben quedar identificados como borradores hasta su revisión.

Antes de comenzar, puede utilizarse esta instrucción:

> *Voy a utilizar la IA como apoyo para analizar una compra de [descripción] para un comercio de [actividad].*
>
> *Te aporto [documentos y archivos]. Confirma cuáles has podido leer e identifica su proveedor, fecha, versión y periodo de validez cuando esos datos aparezcan.*
>
> *No inventes precios, descuentos, plazos, cantidades disponibles ni condiciones comerciales. Si una información falta, márcala como «pendiente de confirmar», no como cero ni como condición favorable.*
>
> *Diferencia la información expresamente documentada, los cálculos derivados de ella y las hipótesis. Para cada condición relevante, conserva una referencia al archivo, página, hoja o mensaje del que procede.*

No contactes con proveedores, no aceptes ofertas, no modifiques registros y no prepares ningún compromiso de compra como si estuviera aprobado.

Este primer paso permite comprobar que la IA trabaja con el conjunto correcto de documentos y evita que una interpretación se convierta, sin advertencia, en una supuesta condición del proveedor.

2. Qué herramientas pueden utilizarse en cada fase

No es necesario utilizar todas las herramientas de esta guía. Lo importante es elegir un entorno adecuado para la tarea y mantener la documentación organizada. Cambiar continuamente de aplicación puede generar versiones distintas del análisis y dificultar su revisión.

ChatGPT y ChatGPT Work

ChatGPT puede ayudar a definir criterios de compra, explicar condiciones, preparar preguntas y revisar una propuesta. Para una comparación sencilla, una conversación con los documentos pertinentes puede ser suficiente.

ChatGPT Work resulta útil cuando el encargo incluye varias etapas y un resultado revisable: analizar archivos, preparar una comparativa y redactar una recomendación. El acceso a archivos locales, aplicaciones y otras herramientas depende del entorno, los permisos y las funciones disponibles.

Claude y Claude Cowork

Claude puede utilizarse para revisar documentos comerciales, contrastar versiones y localizar diferencias entre un presupuesto y sus aclaraciones posteriores. También puede ayudar a redactar preguntas precisas cuando una condición resulta ambigua.

Claude Cowork permite abordar tareas con archivos y herramientas autorizadas. Puede ser útil cuando el análisis incluye varios presupuestos, fichas y registros históricos que deben revisarse conjuntamente. Es importante limitar su acceso a los materiales necesarios y especificar qué entregables debe preparar, sin autorizar por ello comunicaciones o pedidos.

Gemini

Gemini puede utilizarse para analizar documentos y hojas de cálculo compatibles, incluidos archivos de Drive cuando ese acceso esté disponible y autorizado. Puede resultar cómodo para comercios que ya organizan sus presupuestos y registros en el entorno de Google.

En esta guía puede emplearse para extraer condiciones, revisar diferencias entre ofertas o explicar un histórico de entregas. La posibilidad de leer una hoja de cálculo no debe confundirse con la de modificar directamente el archivo original: hay que comprobar la función concreta que se está utilizando.

Perplexity y las funciones de búsqueda de otras herramientas

Perplexity puede ayudar a localizar posibles proveedores y contrastar información pública mediante respuestas con enlaces a las fuentes. Sus funciones de búsqueda avanzada permiten profundizar y continuar la investigación con preguntas adicionales. Los enlaces deben revisarse antes de utilizar sus afirmaciones en una decisión.

La búsqueda sirve para encontrar candidatos y preparar comprobaciones. No acredita por sí sola la solvencia, la calidad o la disponibilidad real de una empresa.

Hojas de cálculo y programa de gestión

Las comparaciones económicas deberían conservarse en un archivo donde puedan revisarse las fórmulas. La IA puede ayudar a construirlas y explicarlas, pero el responsable debe poder reproducir los resultados.

El programa de gestión debe seguir siendo la referencia para pedidos, recepciones y facturas. Una comparativa generada por IA es un apoyo para decidir, no un nuevo registro oficial de lo que se ha contratado.

3. Definir la necesidad antes de solicitar o comparar ofertas

Una parte de los problemas de compra comienza con una petición poco precisa. Si cada proveedor interpreta algo distinto, se recibirán presupuestos que parecerán comparables, pero no lo serán.

La IA puede ayudar a transformar una necesidad general en una descripción de compra clara. En lugar de pedir «bolsas para la tienda», puede ayudar a concretar medidas, material, resistencia, personalización, cantidad, forma de entrega y fecha necesaria. En moda, será importante especificar tallas y colores; en alimentación, las condiciones de conservación y vida útil requeridas; en equipamiento, la instalación, los accesorios y el servicio posterior.

La herramienta no debe decidir estas características por su cuenta. Su función es detectar qué falta y explicar por qué esa información influye en la comparación.

> *Ayúdame a definir una solicitud de oferta para [producto, equipamiento o servicio] destinado a [uso en el comercio].*
>
> *La necesidad aprobada es [cantidad y características conocidas]. Necesitamos recibirlo en [ubicación]antes de [fecha], y debemos respetar [restricciones relevantes].*
>
> *Revisa la descripción e identifica especificaciones que puedan interpretarse de varias maneras: unidades, formatos, variantes, calidad requerida, accesorios, entregas, instalación o servicio posterior.*
>
> *Separa los requisitos imprescindibles de las preferencias. No conviertas una preferencia en una obligación sin que lo confirmemos.*
>
> *Prepara un borrador de solicitud que permita recibir ofertas comparables. Incluye las preguntas que cada proveedor debería responder sobre precio, cantidades mínimas, disponibilidad, plazo, transporte, pago y gestión de incidencias.*
>
> *No inventes requisitos técnicos o normativos. Marca los que necesiten validación especializada y no envíes la solicitud.*

Este prompt ayuda a mejorar la calidad de la información antes de analizarla. Una solicitud común reduce el tiempo dedicado después a perseguir aclaraciones y evita elegir una oferta que no cubre la necesidad real.

4. Extraer y ordenar las condiciones de los presupuestos

Los presupuestos no presentan siempre la información en el mismo lugar. El precio puede estar en una tabla, los portes en una nota y las condiciones de devolución en un documento separado. La IA puede revisar el conjunto y preparar una ficha coherente por proveedor.

Conviene realizar primero la extracción y después la evaluación. Si se pide una recomendación desde el principio, la herramienta puede prestar demasiada atención al precio visible y pasar por alto condiciones menos destacadas.

Hay detalles especialmente importantes: si el importe corresponde a una unidad o una caja, si el descuento ya está aplicado, cuándo comienza a contar el plazo o si la oferta exige comprar una combinación determinada de referencias.

> *Revisa los presupuestos adjuntos para la compra de [descripción]. En esta fase no elijas proveedor: extrae y ordena la información.*
>
> *Identifica productos y referencias, unidades por envase, cantidades, precios, descuentos, portes, otros cargos, tratamiento de impuestos indicado, pedido mínimo, disponibilidad, plazo, forma de pago y validez.*
>
> *Comprueba si existen condiciones adicionales en notas, anexos o correos. Distingue la fecha de expedición de la fecha de entrega y señala desde qué evento empieza a contar cada plazo.*
>
> *Para cada dato relevante, indica su fuente. Si hay versiones contradictorias y no consta cuál prevalece, presenta ambas y solicita aclaración.*
>
> *No interpretes «consultar», «según disponibilidad» o una casilla vacía como una condición confirmada. Señala también cualquier cifra cuya lectura sea dudosa.*
>
> *Termina con las preguntas necesarias para completar cada oferta antes de compararla.*

La revisión humana debe concentrarse en los datos que pueden cambiar la decisión: cantidades, unidades, precios, descuentos y condiciones de entrega. Si la lectura de un presupuesto escaneado es dudosa, conviene pedir una versión legible al proveedor.

5. Comprobar que las ofertas cubren realmente lo mismo

Comparar precios solo tiene sentido cuando se comprende qué incluye cada oferta. Dos artículos de aspecto similar pueden tener distinta capacidad, composición, acabado o presentación. Dos servicios pueden utilizar el mismo nombre y ofrecer coberturas diferentes.

La IA puede identificar estas diferencias mediante las fichas aportadas. No debe afirmar que dos productos son equivalentes únicamente porque sus descripciones se parecen. Si una característica es importante para el negocio y no aparece documentada, debe quedar pendiente.

También hay que comparar el alcance completo. Un presupuesto de equipamiento puede incluir transporte e instalación, mientras otro solo incluye el producto. En un servicio de mantenimiento, una cuota menor puede excluir desplazamientos o limitar las intervenciones.

Compara las ofertas de [proveedores] con los requisitos de compra aprobados que adjunto.

Determina qué propuestas cubren el mismo producto y alcance, cuáles presentan diferencias aceptables pendientes de aprobación y cuáles no pueden compararse directamente.

Revisa especialmente [características relevantes], unidades de compra, variantes, accesorios, servicios incluidos y condiciones de entrega.

No declares equivalencia basándote solo en nombres comerciales o descripciones parecidas. Explica qué evidencia permite comparar cada alternativa y qué características requieren una muestra, una ficha adicional o una confirmación escrita.

Separa las diferencias de producto de las diferencias comerciales. No propongas compensar con un precio menor el incumplimiento de un requisito imprescindible.

El resultado puede revelar que todavía no es posible elegir. Esa conclusión es útil: permite aclarar una diferencia antes de que se convierta en una compra inadecuada.

6. Comparar el coste de atender la necesidad, no solo el precio unitario

Una vez comprobada la equivalencia, la IA puede ayudar a calcular cuánto supone cada alternativa para el pedido concreto. Deben considerarse las cantidades obligatorias, los descuentos aplicables y los cargos necesarios.

Un descuento por alcanzar cierto volumen no debe aplicarse si el pedido no cumple la condición. Tampoco debe darse por conseguido un incentivo anual que depende de compras futuras. Si existen varias interpretaciones, conviene calcular escenarios separados.

Es importante distinguir el importe del pedido de su calendario de pago. Una oferta puede exigir menos dinero en total y requerir un anticipo mayor. Ambas cuestiones afectan a la decisión, pero no deben mezclarse en una única cifra.

El tratamiento de impuestos debe mantenerse consistente y validarse con el criterio de la empresa. La IA no debería asumir que todos son recuperables o eliminarlos del análisis sin una indicación expresa.

Calcula una comparación económica de las ofertas para cubrir [necesidad y cantidad]. Utiliza únicamente condiciones documentadas y explica las fórmulas.

Para cada alternativa, determina la cantidad que habría que comprar según mínimos y múltiplos de pedido. Calcula mercancía, descuentos efectivamente aplicables, transporte y otros cargos obligatorios conocidos.

Separa los conceptos no confirmados y los descuentos condicionados a hechos futuros. Si una oferta obliga a comprar más de lo necesario, muestra las unidades adicionales y el compromiso económico correspondiente.

Presenta por separado el importe del pedido y los pagos previstos según las fechas acordadas. Aplica el criterio de impuestos [criterio confirmado]; si no está definido, conserva los importes desglosados y solicita aclaración.

No inventes costes de almacenamiento, financiación o incidencias. Si pueden cambiar la decisión, explica cómo incorporarlos cuando dispongamos de información.

Verifica los totales y señala qué dato pendiente podría alterar el resultado.

La comparación debe poder revisarse fuera de la conversación. Si se genera una hoja de cálculo, conviene comprobar que las fórmulas utilizan las cantidades correctas y que los descuentos no se han aplicado dos veces.

7. Ejemplo: una oferta más barata por unidad puede exigir una compra menos conveniente

Supongamos que una tienda necesita 120 unidades de un mismo artículo y recibe tres ofertas ficticias. Para simplificar, todos los importes se presentan antes de impuestos, los productos son equivalentes y no hay otros cargos conocidos.

El proveedor A ofrece 120 unidades a 8,40 euros, con 24 euros de transporte. La mercancía cuesta 1.008 euros y el importe total del pedido es de 1.032 euros. Repartido entre las 120 unidades, supone 8,60 euros por unidad.

El proveedor B ofrece las mismas 120 unidades a 8,10 euros, pero cobra 72 euros de transporte. El total asciende a 1.044 euros, equivalente a 8,70 euros por unidad. Aunque su precio inicial es menor, este pedido cuesta 12 euros más que el del proveedor A.

El proveedor C ofrece un precio de 7,80 euros y transporte incluido, pero exige un mínimo de 180 unidades. Su pedido asciende a 1.404 euros. Tiene el menor precio por unidad, aunque obliga a adquirir 60 unidades adicionales y a comprometer 372 euros más que con A.

Esas 60 unidades representan 468 euros de mercancía al precio de C. No deben considerarse automáticamente una pérdida: podrían venderse posteriormente. Sin embargo, tampoco deben presentarse como una ventaja sin analizar si el negocio necesita esa cantidad.

La IA puede explicar estas diferencias y preparar escenarios. Lo que no debería hacer es elegir C únicamente porque 7,80 es el menor precio unitario, ni declarar A como la mejor opción completa sin revisar plazos, calidad y condiciones.

Este ejemplo muestra por qué conviene pedir varios resultados separados: precio por unidad, importe del pedido, cantidad recibida y condiciones pendientes. Cada uno responde a una pregunta distinta.

8. Elaborar criterios de selección antes de decidir

La selección resulta más clara cuando el negocio define qué considera imprescindible y qué está dispuesto a negociar.

Los requisitos imprescindibles funcionan como un filtro. Si una entrega debe llegar antes de una campaña y el proveedor confirma una fecha posterior, un precio bajo no resuelve el incumplimiento. Las preferencias, en cambio, permiten comparar alternativas que sí cubren la necesidad.

La IA puede ayudar a redactar criterios comprensibles: adecuación del producto, coste, cumplimiento de entrega, flexibilidad de cantidades, gestión de incidencias o facilidad de coordinación. No todos tendrán la misma importancia en todas las compras.

Si se utiliza una puntuación, la escala y los pesos deben aprobarse antes de conocer el resultado. La falta de información no debe transformarse silenciosamente en una mala nota ni en una valoración favorable. Además, una clasificación que cambia al modificar ligeramente los pesos merece una conclusión prudente.

> *Diseña criterios de selección para [compra], teniendo en cuenta [prioridades del negocio].*
>
> *Distingue requisitos imprescindibles, preferencias y aspectos pendientes de confirmar. Explica qué evidencia permitiría evaluar cada criterio.*
>
> *Propón una comparación sencilla y comprensible. Si consideras útil una puntuación, presenta la escala y los pesos como una propuesta para nuestra aprobación, no como reglas ya acordadas.*
>
> *No puntúes la calidad, fiabilidad o servicio sin datos. Indica «sin información suficiente» cuando corresponda y explica cómo afecta esa incertidumbre.*

Después de aplicar los criterios aprobados, comprueba si la recomendación depende excesivamente de un peso o de una hipótesis. Presenta los motivos de la elección y sus límites, no solo una clasificación numérica.

La finalidad no es producir una cifra que sustituya al criterio del responsable. Es hacer visible por qué se prefiere una oferta y qué concesiones implica esa elección.

9. Evaluar proveedores a partir del servicio realmente prestado

Las ofertas explican compromisos; el historial permite comprobar resultados. La IA puede analizar pedidos, recepciones e incidencias para identificar patrones de cumplimiento.

Para ello hay que definir bien qué se mide. Una entrega puntual puede no estar completa. Un pedido puede llegar en varias recepciones. Una incidencia puede generar numerosos mensajes sin que eso signifique que existen varios problemas distintos.

También conviene conservar la fecha originalmente acordada y las revisiones posteriores. Si solo se registra la última fecha modificada, puede parecer que todas las entregas se han realizado puntualmente.

Analiza el servicio de [proveedores] durante [periodo] utilizando pedidos, recepciones e incidencias adjuntos.

Antes de calcular, identifica qué representa cada registro y cómo se relacionan pedidos, líneas y entregas parciales. Señala duplicados, datos ausentes y pedidos todavía abiertos.

Evalúa cumplimiento de fechas, entrega completa y resolución de incidencias solo cuando haya información suficiente. Define el denominador de cada indicador y diferencia la fecha original de las revisiones posteriores.

No cuentes mensajes sobre un mismo problema como incidencias independientes. Distingue las causas documentadas de las hipótesis y los cambios solicitados por nuestro negocio.

Presenta el número de operaciones que respalda cada conclusión. No compares de forma concluyente proveedores con muestras muy pequeñas o pedidos de complejidad muy distinta.

Prepara una valoración narrativa con fortalezas, problemas recurrentes y asuntos que conviene revisar con cada proveedor.

La IA puede ayudar a que una conversación deje de basarse en «últimamente falláis mucho» y se apoye en casos concretos. Aun así, los indicadores deben interpretarse en contexto: un proveedor que atiende habitualmente urgencias no está trabajando en las mismas condiciones que otro que recibe pedidos estables con mucha anticipación.

10. Localizar nuevos proveedores y preparar su comprobación

La búsqueda con IA puede ampliar las alternativas del comercio. Resulta útil para encontrar fabricantes, distribuidores o mayoristas por categoría, zona de servicio y condiciones publicadas.

Perplexity o las funciones de búsqueda de ChatGPT, Claude y Gemini pueden ayudar a reunir candidatos con enlaces. Es importante pedir fuentes directas y distinguir lo que la empresa declara de lo que ha sido comprobado por otra vía.

Una página cuidada, varias reseñas o un catálogo amplio no demuestran por sí solos capacidad de suministro. Tampoco la ausencia de noticias negativas acredita fiabilidad. La investigación inicial debe terminar con preguntas y comprobaciones, no con una garantía.

> *Busca posibles proveedores de [categoría] que puedan atender a un comercio situado en [ubicación] con necesidades de [cantidades, frecuencia y características].*
>
> *Prioriza fuentes directas y actualizadas. Para cada candidato, identifica la empresa, su actividad declarada, zona de servicio y condiciones públicas relevantes, incluyendo enlaces y fecha de consulta.*
>
> *Diferencia fabricante, distribuidor y plataforma intermediaria cuando pueda verificarse. No supongas que una empresa vende a pequeños comercios si no hay evidencia.*
>
> *Marca como «no localizado» cualquier dato ausente. No presentes como confirmadas la solvencia, capacidad, autenticidad de productos o fiabilidad a partir de publicidad o reseñas.*
>
> *Prepara una lista corta razonada y las comprobaciones necesarias antes de solicitar una oferta o realizar un pedido. No contactes con las empresas.*

Según el producto, esas comprobaciones pueden incluir muestras, referencias comerciales, documentación pertinente o una primera compra limitada. La IA ayuda a organizar el proceso, pero las características físicas y el servicio deben comprobarse por los medios adecuados.

11. Preparar negociaciones con objetivos y límites claros

Negociar no consiste únicamente en pedir un descuento. Para un comercio puede ser más valioso reducir el pedido mínimo, recibir entregas fraccionadas o acordar una respuesta clara ante productos defectuosos.

La IA puede ayudar a preparar una negociación reuniendo las condiciones actuales, el historial y las prioridades del negocio. También puede identificar intercambios razonables: una planificación más anticipada podría facilitar mejores entregas, pero no debe prometerse si el comercio no puede cumplirla.

La preparación interna debe mantenerse separada del mensaje que se enviará. Los límites máximos de aceptación, las necesidades de tesorería o las ofertas confidenciales de otros proveedores no deberían aparecer automáticamente en una comunicación externa.

> *Ayúdame a preparar una negociación con [proveedor] sobre [compra o condiciones de suministro].*
>
> *Te aporto la oferta vigente, las aclaraciones y el historial relevante. Nuestras prioridades son [prioridades], nuestros límites son [límites internos] y solo podemos ofrecer [compromisos autorizados].*
>
> *Prepara una nota interna con los puntos a negociar, su justificación documental, alternativas aceptables y condiciones que no deberíamos asumir sin nueva aprobación.*
>
> *Valora precio, mínimos, entregas, transporte, pago y gestión de incidencias, según su relevancia. No inventes ofertas de competidores, volúmenes futuros ni problemas de servicio.*
>
> *Redacta después un borrador de mensaje profesional centrado en las peticiones prioritarias. No reveles nuestros límites internos ni adjuntes documentación confidencial de terceros.*
>
> *No envíes el mensaje ni aceptes condiciones. Separa claramente la preparación interna del borrador externo.*

El resultado debería permitir mantener una conversación concreta. «Necesitamos mejorar condiciones» es menos útil que explicar qué cambio se solicita, por qué importa y qué alternativa podría aceptarse.

La IA también puede ayudar a revisar una contraoferta, pero debe compararla con el conjunto del acuerdo. Una reducción del precio puede venir acompañada de un mínimo mayor o de un anticipo que altere la conveniencia de la operación.

12. Detectar riesgos de suministro y preparar alternativas

El riesgo no depende solo del comportamiento de un proveedor. Puede existir una dependencia elevada de una referencia exclusiva, un plazo de sustitución largo o varios distribuidores que compran al mismo fabricante.

La IA puede ayudar a relacionar estas dependencias si se le aporta información. Tener dos proveedores no garantiza una alternativa real cuando ambos dependen del mismo origen o cuando el segundo todavía no ha confirmado capacidad y condiciones.

Conviene distinguir riesgos documentados de posibilidades. Un retraso observado merece análisis; una afirmación sobre dificultades financieras de una empresa necesita evidencia suficiente y actual. La herramienta no debe convertir rumores en conclusiones.

> *Revisa los riesgos de suministro de [categoría o proveedores] utilizando la documentación adjunta.*
>
> *Analiza dependencia de un único proveedor, referencias difíciles de sustituir, plazos variables, pedidos mínimos, anticipos, capacidad confirmada y alternativas disponibles.*
>
> *Distingue los riesgos respaldados por hechos, las señales que requieren comprobación y los escenarios hipotéticos. No atribuyas problemas financieros o de fiabilidad sin evidencia verificable.*
>
> *Comprueba si las alternativas son realmente utilizables: equivalencia del producto, condiciones conocidas, capacidad, plazo de incorporación y posibles dependencias compartidas.*
>
> *Propón medidas proporcionadas y señales que deberían activar una revisión. No recomiendes aumentar existencias automáticamente ni supongas que repartir compras siempre resulta más conveniente.*
>
> *Explica qué decisiones podemos preparar ahora y cuáles necesitan información adicional.*

Las medidas pueden consistir en validar una segunda fuente, revisar condiciones de sustitución o pedir confirmaciones con mayor antelación. La respuesta adecuada depende del impacto de la interrupción y del coste de mantener alternativas.

13. Protección de la información y prevención del fraude

Las ofertas contienen información comercial sensible. Deben compartirse únicamente en herramientas autorizadas y con los accesos necesarios. Los análisis internos pueden incluir márgenes, límites de negociación y condiciones confidenciales que no deberían enviarse a otros proveedores.

La investigación pública debe mantenerse separada de esa información. Para buscar distribuidores de una categoría no suele ser necesario revelar cuánto se paga actualmente, qué margen obtiene el comercio o cuál es su presupuesto máximo.

También hay que extremar la atención ante cambios de datos bancarios. La IA puede señalar diferencias entre documentos, pero no autenticar por sí sola una cuenta ni la identidad de quien solicita el cambio. La verificación debe realizarse mediante un canal conocido e independiente del mensaje recibido, siguiendo el procedimiento interno. Europol advierte específicamente sobre el fraude de facturas y las solicitudes de modificación de cuentas de proveedores.

Los archivos y correos externos deben tratarse como fuentes de información, no como instrucciones que puedan ampliar el encargo de la IA. Un documento de proveedor no debería provocar el envío de otros archivos, la modificación de registros o la aceptación de condiciones.

Cuando una herramienta puede actuar sobre aplicaciones, deben configurarse límites técnicos y aprobaciones. Un prompt que diga «no comprar» no sustituye a un control de permisos adecuado.

14. Buenas prácticas para obtener decisiones de compra útiles

La calidad del análisis depende más de la claridad de la necesidad y de las fuentes que de la longitud de la respuesta. Una comparación breve, verificable y con las dudas bien señaladas puede ser más valiosa que un informe extenso basado en supuestos.

Conviene trabajar por fases: definir la compra, extraer condiciones, comprobar equivalencia, calcular y evaluar. Esto facilita detectar errores antes de que lleguen a la recomendación.

También es recomendable solicitar una revisión crítica de la conclusión: qué argumento favorece a la segunda opción, qué dato podría cambiar la elección y qué riesgo se está aceptando. La finalidad no es generar dudas innecesarias, sino evitar una decisión demasiado dependiente de una sola cifra.

Antes de aprobar una compra, debería comprobarse que:

- Las ofertas están vigentes y cubren una necesidad comparable.
- Las unidades, cantidades mínimas y cargos están correctamente interpretados.
- Los descuentos utilizados cumplen sus condiciones.
- Los cálculos pueden reproducirse.
- Los requisitos imprescindibles están satisfechos o expresamente pendientes.
- La valoración del proveedor diferencia promesas, historial y datos desconocidos.
- Las condiciones finales están documentadas.
- Una persona autorizada ha revisado y aprobado el compromiso.

No es necesario aplicar el mismo nivel de análisis a todas las compras. Una reposición habitual de bajo impacto requiere menos trabajo que incorporar un proveedor nuevo o adquirir un equipo importante. La IA debe ayudar a ajustar el esfuerzo al riesgo, no a introducir burocracia en cada operación.

15. Conclusión.

La inteligencia artificial puede mejorar la gestión de compras cuando ayuda a comprender las ofertas, hacer visibles sus condiciones y preparar decisiones que el responsable pueda explicar y verificar.

Su valor no está en producir una clasificación automática de proveedores. Está en detectar que dos presupuestos no incluyen lo mismo, que un descuento exige comprar más de lo necesario o que un plazo aparentemente favorable todavía no está confirmado. También está en convertir el historial de incidencias en argumentos concretos para mejorar la relación comercial.

Para una pyme, el punto de partida puede ser una compra real con varias propuestas. Organizar los documentos, aclarar las condiciones y conservar una comparación reproducible ya supone un avance. A partir de ahí, puede incorporarse el seguimiento del servicio y la preparación de negociaciones.

La decisión final debe integrar precio, adecuación, entrega, flexibilidad y riesgo. La IA facilita esa visión de conjunto, pero el conocimiento del comercio y la responsabilidad de quien compra siguen siendo esenciales.

Comprar mejor no significa conseguir siempre el menor precio. Significa cubrir la necesidad del negocio en condiciones que pueda asumir, con proveedores que pueda evaluar y con compromisos que comprenda antes de aceptarlos.