

L U M B R E



Cerrar la venta con confirmación escrita

Materia: Comercial · Cierre y confirmación del encargo

31/10/2026

Antes de empezar

Cuarta lección de la ruta comercial. Convierte el cierre en un contrato verificable: resumen del encargo, lectura de datos, documentos y confirmación escrita, con un caso de color especial y entrega parcial.

QUÉ APRENDERÁS

- Resumir el encargo antes de cerrar —referencia, color y base, formato, cantidad, acabado, plazo, lugar de entrega, receptor y autorizante—, leer de vuelta los datos críticos, distinguir presupuesto, pedido y albarán y dejar por escrito lo pendiente o condicionado, de modo que el cierre sea un acuerdo verificable y no una técnica de presión.

Cerrar la venta con confirmación escrita

Supuesto didáctico. Jueves por la tarde en el mostrador del centro. Entra Miquel, encargado de una obra de reforma en una comunidad, con una muestra de color recortada de una pared y prisa: necesita 60 litros de pintura plástica interior mate, igual que la muestra, para empezar el lunes. En el almacén hay 40 litros de base; los otros 20 dependen de la próxima entrada. Quiere llevarse los 40 el viernes y el resto «cuando llegue». Al otro lado del teléfono, una administradora de fincas autoriza el gasto «de palabra» y pide que no se le moleste más.

La venta está hecha en la cabeza de todos. Lo que falta es lo que esta lección trabaja: convertir ese acuerdo en un encargo que se pueda comprobar, entregar y cobrar sin que nadie tenga que reconstruirlo de memoria.

Qué vas a poder hacer al terminar

Resumir el encargo antes de cerrar —referencia, color y base, formato, cantidad, acabado, plazo, lugar de entrega, receptor y autorizante—, leer de vuelta los datos críticos, distinguir presupuesto, pedido y albarán y dejar por escrito lo pendiente o condicionado, de modo que el cierre sea un acuerdo verificable y no una técnica de presión.

- Hecho verificado: consta en la norma, la ficha técnica o el documento citado.
- Buena práctica: método razonado; no es, por sí solo, una política de Pinturas Especializadas.
- Procedimiento pendiente: umbrales, responsables, plazos y formatos que debe confirmar la dirección.

- Supuesto didáctico: las situaciones y cifras marcadas como ficticias sirven para practicar; no son datos de la empresa.

Dependencia interna pendiente

Esta lección distingue el método general de las decisiones que corresponden a Pinturas Especializadas. Antes de aplicar un umbral, un importe o una facultad, confirma con dirección: Condiciones de pago y crédito: quién aprueba, con qué límites y en qué plazos. Política de portes y entregas: importes, umbrales, zonas y quién asume el coste. Plazos comprometidos por proveedor, almacén y taller de tintado. Quién puede autorizar excepciones de precio, plazo, porte o devolución de color especial. Formato oficial de confirmación: documento, campos, firma y conservación. Condición de cancelación o devolución de un pedido de color especial.

1 · Cerrar no es empujar: es dejar un acuerdo comprobable

En el mostrador se confunde el cierre con el momento en que el cliente dice que sí. Ese momento importa, pero no basta: una venta está cerrada cuando las dos partes pueden responder sin dudar a cinco preguntas: **qué se ha encargado, en qué condiciones, cuándo y dónde se entrega, quién lo recibe y quién lo ha autorizado**. Si alguna respuesta depende de la memoria de alguien, el cierre sigue abierto aunque el cliente ya se haya ido.

Cuando en esta lección se habla de un **contrato verificable** no se habla de un documento jurídico ni de sustituir un contrato: se habla de un acuerdo que las dos partes pueden comprobar con los datos y los documentos de que dispone el mostrador. Esa comprobación es lo que evita que el cierre dependa de la memoria.

La presión cierra una conversación; el contrato cierra una relación. Forzar un «sí» con prisa, con un descuento improvisado o con una fecha que no se ha comprobado traslada el problema a la semana siguiente: el color no era ese, el stock no estaba, la administradora no era quien autorizaba. El cliente vuelve enfadado y la venta se convierte en una reclamación.

Verificar no es desconfiar. Leer de vuelta los datos y enviar una confirmación escrita no insinúa que el cliente mienta; demuestra que se le ha entendido y que el compromiso queda donde los dos pueden consultarlo. Es la misma cortesía que se espera de un buen presupuesto: claridad antes de empezar.

El cierre tiene un límite. El mostrador puede resumir, comprobar lo que tiene a la vista y confirmar por escrito lo acordado. No puede conceder excepciones de crédito,

de porte o de plazo que no le correspondan. Cuando el acuerdo depende de una facultad que no se tiene, se dice y se deja pendiente por escrito; no se cierra con una promesa que otro tendrá que sostener.

Cierre por presión frente a cierre verificable

frente a

Cierre por presión

Se busca el sí cuanto antes. Se resume de memoria. Se da por hecho el stock. Se promete fecha para no perder la venta. Riesgo: el pedido vuelve como reclamación.

Cierre verificable

Se resume el encargo por escrito. Se leen de vuelta los datos críticos. Se nombra lo que falta y quién lo resuelve. Se confirma antes de preparar. Queda un pedido que se puede entregar y cobrar.

Esquema didáctico. Verificar el encargo protege al cliente y al mostrador.

El cierre verificable no busca un sí más rápido: busca un sí que se pueda sostener.

1. Un cliente cierra la conversación con «venga, mándame lo que hablamos y ya está». ¿Qué haces antes de preparar nada?

- ☐ Preparar el pedido con lo que recuerdas y enviarle la factura.
- ☐ Hacer el resumen del encargo, leer de vuelta los datos críticos y confirmar por escrito.
- ☐ Pedirle una señal para asegurar la venta.
- ☐ Enviarle otra vez el presupuesto sin cambiar nada.

2 · El encargo, en nueve datos

Antes de confirmar nada, el encargo se ordena en nueve datos. No es una lista para recitar: es la estructura del resumen y de la futura confirmación. Si un dato no se puede cerrar, se marca como pendiente y se dice qué falta.

- **Referencia.** El código y la denominación exacta del producto. «Pintura plástica» no es una referencia; «plástica interior mate, referencia X, 20 L» sí. Si hay duda entre dos productos parecidos, se resuelve antes de seguir.

- **Color y base.** La carta, el código y la base sobre la que se tinta. En un color especial se anota la fórmula o la probeta aprobada; «como la muestra» no basta si la muestra no se conserva.

- **Formato y cantidad.** Litros o kilos y número de envases. «60 litros» y «tres botes de 20 litros» no siempre son lo mismo: el formato condiciona el precio, el transporte y la devolución.

- **Acabado.** Mate, satinado o brillo, con la referencia de la ficha cuando el producto se clasifica por norma. Un cambio de acabado no es un detalle estético: cambia la luz, la

limpieza y la percepción del color.

- **Plazo.** Una fecha, no una intención. Se distingue la fecha en que el cliente necesita el material de la fecha en que se puede comprometer la entrega.
- **Lugar de entrega.** Tienda, obra o domicilio, con dirección, acceso, planta y horario. En una obra, el lugar y la hora valen tanto como el producto.
- **Quién recibe.** Nombre y teléfono de la persona que firmará el albarán. «Que lo recoja alguien» es cómo se pierden veinte litros.
- **Quién autoriza.** La persona con facultad para aprobar el gasto, el color especial o la entrega parcial. Puede no ser quien recibe.
- **Precio y condiciones.** Precio unitario, total, impuestos y lo que queda sujeto a confirmación (porte, crédito, descuento). Un precio «a falta de» se escribe como tal.

Los nueve datos no se preguntan en un interrogatorio. Se construyen con la conversación y se completan con lo que ya consta en el presupuesto o en el pedido anterior. Lo que se repite se verifica: la referencia de la última compra puede haber cambiado de formato o de base.

Cuando el cliente no sabe un dato, no se rellena el hueco con una suposición. Se pregunta a quien lo sepa o se deja pendiente. Un encargo con un hueco declarado es más seguro que uno completo y falso.

Los nueve datos del encargo

Dato	Cómo se concreta	Si falta
Referencia	Código y denominación exacta	Se elige «similar»
Color y base	Carta, código y base de tintado	Se tinta a ojo
Formato	Litros o kilos y nº de envases	Se supone el stock
Cantidad	Total y envases, con unidad	Se entrega de menos
Acabado	Mate, satén o brillo, con ficha	Se sirve otro brillo
Plazo	Fecha y franja, no «pronto»	Se promete sin comprobar
Entrega	Dirección, acceso y horario	Se envía a la tienda
Receptor	Nombre y teléfono de quien firma	Firma «quien esté»
Autorizante	Quién aprueba el gasto	Vale verbal sin nombre

Esquema didáctico. Lo que no se sabe se marca como pendiente, no se inventa.

Cada dato que falta se convierte, más tarde, en una entrega equivocada o en una discusión.

2. El encargo se resume con la _____ del producto y, si hay color especial, la carta, el código y la _____ de tintado; el _____ (litros o kilos y número de envases); el acabado; el plazo; el lugar de entrega; quién _____ y quién autoriza.

3 · Leer de vuelta: el momento de la verdad

Leer de vuelta es repetir el encargo en voz alta, en el orden en que se va a ejecutar, y pedir al cliente que confirme o corrija. No es una formalidad: es la última ocasión de detectar un error antes de que el material esté tintado, cortado o cargado.

Se lee lo que se va a hacer, no lo que se ha dicho. Empieza por el producto y el color, sigue por la cantidad y el formato, continúa por la entrega y termina por el precio y los pendientes. Agrupar así evita la sensación de lista interminable y permite que el cliente corrija un bloque completo.

Los datos críticos se leen dos veces. Referencia, color y base, cantidad, fecha y lugar de entrega, receptor y autorizante. Los códigos se deletrean o se leen en grupos

(«erre a ele nueve cero uno cero»); las cantidades se dicen con su unidad («tres botes de veinte litros, sesenta litros en total»). Un número dictado de prisa es el origen de media docena de errores.

Se pide confirmación, no asentimiento. «¿Vale?» invita a decir que sí sin escuchar. «¿Confirmas que son tres botes de 20 litros, color 9010 mate, entrega el viernes en la obra?» obliga a mirar el dato. Si el cliente corrige, se repite la corrección y se vuelve a leer el bloque afectado.

«Lo que tú veas» no es una confirmación. Cuando el cliente delega, el profesional elige, pero dice en voz alta qué ha elegido y por qué, y obtiene un sí explícito. Decidir en silencio y escribir «según criterio del vendedor» es la forma más elegante de cerrar un malentendido.

La lectura de vuelta termina cuando el cliente ha confirmado los datos críticos. En ese momento se puede preparar el pedido o enviar la confirmación; antes, no.

Leer de vuelta en cinco movimientos

1

Empieza por el producto: referencia, color y base.

2

Sigue por cantidad, formato y acabado, con unidades.

3

Lee la entrega: fecha, lugar, horario y receptor.

4

Cierra con precio, condiciones y pendientes.

5

Pide un sí explícito o corrige y vuelve a leer el bloque.

Esquema didáctico. La lectura se hace en el orden en que se ejecutará el encargo.

Leer de vuelta es barato; corregir un color ya tintado, no.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

**3. La lectura de vuelta, frase
a frase**



4. Cuando el cliente dice «lo que tú veas», lo profesional es decidir por él y no volver a preguntar.

☐ Verdadero

☐ Falso

4 · Presupuesto, pedido y albarán: tres documentos, tres compromisos

En un mismo encargo conviven tres documentos que se confunden con facilidad. Cada uno compromete cosas distintas y ninguno sustituye a los otros.

El presupuesto es una propuesta: describe producto, cantidad, precio y alcance, y suele llevar un plazo de validez. No es un pedido y, por sí solo, no reserva existencias ni fija una fecha de entrega. Un presupuesto aceptado puede convertirse en pedido, pero solo cuando alguien lo registra como tal.

El pedido es el encargo aceptado. Compromete la preparación: reserva de stock, tintado, corte, transporte y fecha. Tiene una referencia propia y es el documento que permite decir «esto es lo que se va a servir». Un pedido sin referencia es difícil de seguir cuando cambia un turno o se cruza con otro cliente.

El albarán acredita la entrega: qué salió, cuánto, cuándo y quién lo recibió. No es una factura y no cierra por sí solo el pedido: en una entrega parcial habrá varios albaranes y el pedido solo estará servido cuando la suma coincida. El albarán firmado por quien no debía es una prueba incómoda para todos.

La secuencia importa. Presupuesto, pedido y albarán cuentan la misma historia en tres momentos. Si el albarán dice 40 litros y el pedido 60, la diferencia no es un papel: es material que falta en la obra. La confirmación escrita que se envía al cliente debe decir en qué punto está el encargo y qué documento lo acredita.

En el mostrador se usan los tres, pero no se inventan: el formato, la numeración y la firma son procedimientos internos que deben constar. Lo que sí se puede hacer siempre es citar la referencia correcta y no llamar «pedido» a lo que todavía es un presupuesto.

Qué compromete cada documento

Presupuesto

Propuesta de producto, precio y alcance. Tiene validez y no reserva stock por sí solo.

Pedido

Encargo aceptado con referencia. Compromete preparación, tintado, fecha y entrega.

Albarán

Prueba de lo entregado y de quién lo recibió. En entregas parciales hay varios.

Esquema didáctico. El formato y la numeración dependen del procedimiento interno.

Tres papeles, tres compromisos: propuesta, encargo y entrega.

5. Clasifica cada frase según el documento al que pertenece.

Elementos:

- Precio orientativo con validez de quince días.
- Propuesta que todavía no reserva existencias.
- Partida de tintado pendiente de aceptar.
- Referencia que reserva 40 litros para el viernes.
- Encargo de color especial con fórmula aprobada.
- Compromiso de preparar tres botes de 20 litros.
- Firma de quien recibe 20 litros en la obra.
- Documento que acredita qué salió y cuándo.

Presupuesto	. . .
Pedido	. . .
Albarán	. . .

5 · Lo pendiente y lo condicionado

Un cierre honesto no oculta lo que falta: lo escribe. Hay dos figuras distintas y conviene no mezclarlas.

Pendiente es un dato que todavía no se tiene y que alguien debe obtener: la confirmación de stock, el coste del porte, el nombre de quien autoriza, la hora exacta de descarga. Se escribe con tres piezas: **qué falta, quién lo resuelve y hasta cuándo**. «Pendiente de stock» no informa; «pendiente de confirmar los 20 litros restantes; lo comprueba almacén antes del miércoles a las 17:00» sí.

Condicionado es un acuerdo que depende de una decisión o de un hecho: el pedido se prepara si administración aprueba el crédito; la entrega se confirma si llega la base; el

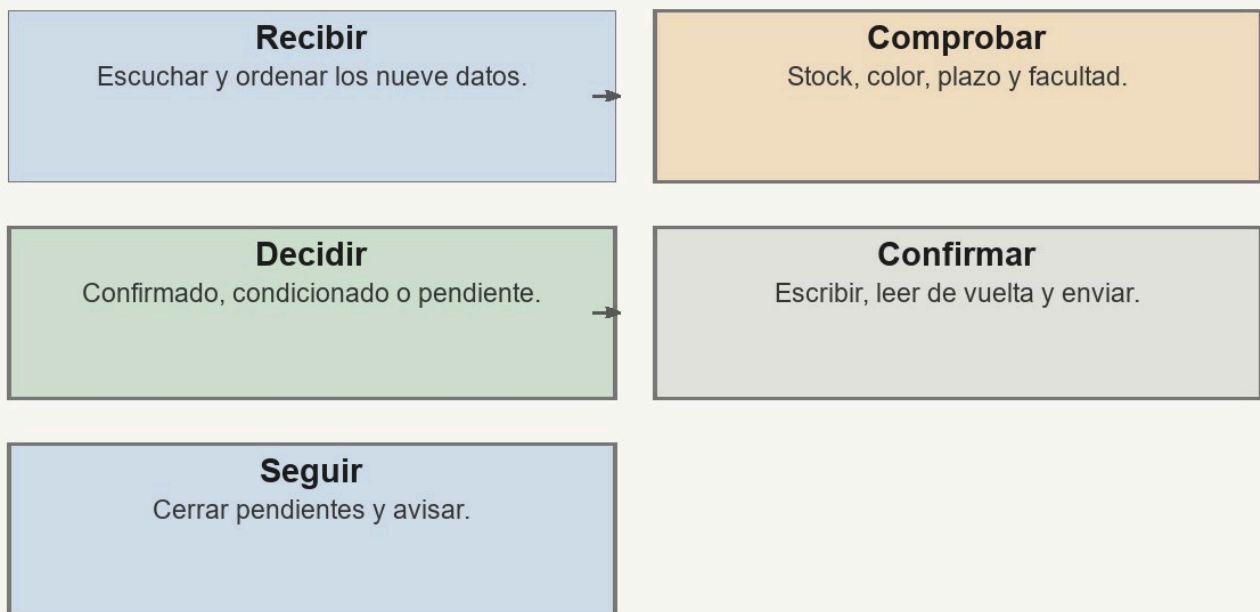
precio se mantiene si el porte entra en la política habitual. La condición se escribe con su consecuencia: qué pasa si no se cumple.

Lo que no puede quedar pendiente. El color y la base, la cantidad, el precio acordado y la identidad de quien autoriza. Si alguno de estos falta, no hay cierre: hay una conversación que continúa. Lo que sí puede quedar pendiente es la hora exacta, el coste del porte o la aprobación de crédito, siempre que el cliente lo sepa antes de confirmar.

El pendiente tiene dueño y fecha. Un pendiente sin dueño es una excusa; un pendiente sin fecha es una promesa. Cuando se resuelve, se actualiza la confirmación y se avisa al cliente. Cuando no se resuelve a tiempo, se dice antes de que él pregunte: eso también es cumplir.

La confirmación escrita debe separar con claridad lo confirmado, lo pendiente y lo condicionado. Si todo aparece en el mismo párrafo, el cliente leerá como firme lo que todavía no lo es.

Del encargo a la confirmación



Esquema didáctico. Cada pendiente necesita responsable y fecha.

Confirmar no es el final: es el punto en que lo pendiente queda con dueño y fecha.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

6. Cinco líneas de una confirmación escrita. Marca las que dejan el cierre en el aire.



6 · Caso resuelto: color especial y entrega parcial

Supuesto didáctico. Miquel, encargado de una obra de reforma en una comunidad del centro, trae una muestra de color y necesita 60 litros de plástica interior mate para empezar el lunes. En el almacén hay 40 litros de base; los otros 20 dependen de la próxima entrada. Quiere llevarse 40 litros el viernes y el resto «cuando llegue». La administradora de fincas aprueba el gasto por teléfono.

Lo que se comprueba antes de escribir. El color se lee con la carta y se anota el código y la base; se decide si el tinte se hace sobre la base disponible o se espera a la entrada. Se confirma que los 40 litros son dos botes de 20 y que los 20 restantes serán uno. Se comprueba el precio: 4,10 €/litro y 18,00 € de tintado, sin IVA. Se identifica quién recibe en obra (Miquel) y quién autoriza el gasto (la administradora, con nombre y cargo registrados).

Lo que se escribe. El pedido queda con referencia propia y con una condición: la entrega del segundo bote se confirma cuando almacén valide la entrada. El primer albarán saldrá con 40 litros y el tintado; el segundo, con 20 litros. La confirmación al cliente resume las dos entregas, el importe y el pendiente, y pide un sí explícito a los datos críticos.

Las cuentas. 60 litros $\times$ 4,10 € = 246,00 €; más 18,00 € de tintado = 264,00 € sin IVA. Con IVA al 21 %, 319,44 €. El primer albarán: $40 \times 4,10 = 164,00$ € + 18,00 € = 182,00 €. El segundo: $20 \times 4,10 = 82,00$ €. La suma de los dos albaranes coincide con el pedido: 264,00 €.

Lo que no se hace. No se promete el lunes por la mañana si la entrada no está confirmada; no se entrega el segundo bote «a cuenta» sin albarán; no se acepta la autorización telefónica sin nombre, cargo y hora; y no se llama «pedido completo» a lo que solo está servido a medias. El cierre es correcto porque el cliente puede ver qué está confirmado, qué falta y cuándo se sabrá.

Plan de entrega del caso

Viernes · 40 L

2 botes de 20 L con tintado.
Albarán 1: 182,00 € sin IVA.
Firma Miquel.

Martes · 20 L

1 bote de 20 L. Albarán 2:
82,00 € sin IVA. Condicionado
a la entrada.

Cuadre · 60 L

Los dos albaranes suman
264,00 € sin IVA: el total del
pedido.

Supuesto didáctico con cifras ficticias. Los plazos reales dependen del procedimiento.

La entrega parcial se explica con dos albaranes y una suma que cuadra.

7. En el caso anterior, el pedido son 60 L a 4,10 €/L y 18,00 € de tintado, sin IVA. El primer albarán entrega 40 L y lleva el tintado. ¿Cuál es el importe del segundo albarán, sin IVA?

Respuesta: (€)

7 · Cerrar por teléfono o WhatsApp y dejar rastro

El cierre telefónico tiene una ventaja y un riesgo. La ventaja es que el cliente decide en el momento; el riesgo es que la decisión se queda en el aire si no se convierte en texto.

Primero se ordena la conversación. Saludo breve, referencia del encargo si existe, resumen de los nueve datos y lectura de vuelta de los críticos. No se empieza por el precio ni por la prisa del cliente: se empieza por lo que se va a servir.

Después se pide una confirmación explícita. «¿Confirmas el pedido con estos datos?» es distinto de «¿te parece bien?». La respuesta se registra con fecha y hora, y con el nombre de quien la da. Si la persona que confirma no es la que autoriza el gasto, se anota y se pide la autorización a quien corresponda.

La confirmación escrita sale el mismo día. Por el canal que el cliente use y pueda consultar: WhatsApp para el particular, correo para la empresa o la comunidad. El mensaje lleva referencia, resumen, importe, entrega, receptor, autorizante y pendientes. Los audios no sustituyen al texto: no se pueden citar, buscar ni reenviar con claridad.

El mensaje se escribe para que se pueda responder. Un bloque por tema, cifras con unidad, nombres completos y una pregunta final concreta. Si hay una entrega parcial, se dice cuántos albaranes habrá. Si hay un pendiente, se dice quién lo resolverá y cuándo. El cliente debe poder contestar «confirmado» sin preguntar nada más.

La respuesta se guarda. Un «ok» de un número desconocido no acredita nada. Se pide que la confirmación venga del contacto identificado y se archiva junto al pedido. En una comunidad o empresa, la confirmación debe llegar de la persona con facultad, no de quien pasa por allí.

Un cierre telefónico bien hecho termina con dos cosas: el cliente sabe qué ha comprado y el mostrador tiene un texto que lo demuestra. Lo demás —preparar, servir, cobrar— se apoya en ese texto.

Cierre telefónico en cinco pasos

1

Abre con la referencia y el motivo de la llamada.

2

Resume el encargo y lee de vuelta los datos críticos.

3

Pide un sí explícito y registra quién lo da.

4

Envía el resumen escrito el mismo día, por su canal.

5

Archiva la respuesta y actualiza los pendientes.

Esquema didáctico. El audio no sustituye a un texto que se pueda citar.

La llamada consigue la decisión; el mensaje la conserva.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

8. Qué lleva el mensaje de confirmación



9. En un cierre telefónico, el resumen se lee de vuelta y se pide una confirmación _____; después se envía el mismo resumen por _____ o por correo el mismo día. La autorización de un gasto debe registrar el _____ de quien la da, su _____ y la fecha y hora.

8 · Errores que convierten un cierre en un conflicto

Cerrar de viva voz y no resumir. El cliente recuerda lo que le conviene y el vendedor también. A las dos semanas nadie sabe si eran 40 o 60 litros. La consecuencia no es solo una discusión: es material tintado que puede no volver a stock —la condición de devolución debe constar— y una obra parada.

Dar por hecho el stock. «Eso lo tenemos» dicho sin mirar el almacén es la frase más cara del mostrador. En color especial, el pedido se prepara y la devolución debe

pactarse por escrito; si falta base, la entrega se parte y la fecha se cae. Se comprueba antes de prometer, no después.

Aceptar una autorización verbal sin registrar quién la dio. «Me lo ha dicho la administradora» no sirve si no consta nombre, cargo, canal y hora. Cuando llega la factura, nadie la reconoce. La autorización se registra igual que el pedido: quién, para qué, hasta cuánto y cuándo.

Prometer fecha sin comprobar. La fecha se compromete cuando se ha comprobado la entrada, la capacidad de tintado y el transporte. Prometer para cerrar traslada la presión al almacén y la decepción al cliente. Es mejor una fecha más tarde y cierta que una fecha pronto y fallida.

Confundir presupuesto con pedido. El presupuesto no reserva; el pedido sí. Si el cliente cree que ha encargado lo que solo ha presupuestado, el material no está y la culpa parece del mostrador.

Cerrar sin decir qué falta. Un cierre que oculta el pendiente para no perder la venta es una venta que se pierde dos veces: primero la confianza y después el cobro.

10. ¿Cuál de estas frases deja el cierre en el aire?

- ☐ «Te confirmo por escrito en cuanto colguemos: tres botes de 20 litros, color 9010 mate, entrega el viernes en la obra.»
- ☐ «Te lo llevo pronto, no te preocupes.»
- ☐ «Antes de confirmar la fecha, almacén me tiene que decir si están los 20 litros restantes.»
- ☐ «Pendiente: el porte. Lo consulta administración y te lo digo hoy antes de las 18:00.»

9 · Hasta dónde llega el mostrador

El cierre verificable reparte responsabilidades. El mostrador no es el único que decide, y decirlo a tiempo no resta autoridad: la ordena.

Mostrador. Resume el encargo, lee de vuelta, comprueba lo que tiene a la vista (referencia, color, formato, precio de tarifa) y envía la confirmación. No concede crédito, no fija portes ni autoriza excepciones que no le correspondan.

Almacén. Confirma stock real, reservas, entradas previstas y capacidad de tintado. Una fecha de entrega sin su visto bueno es una hipótesis.

Especialista de color o taller de tintado. Valida la fórmula, la base y la probeta. En un color especial, su confirmación es parte del cierre, no un trámite posterior.

Administración. Es el área a la que corresponde, según el procedimiento, la aprobación de crédito, condiciones de pago, portes y facturación. Los límites concretos

deben confirmarse antes de prometerlos.

Encargado y dirección. Autorizan las excepciones que la política no cubre y fijan el formato oficial de confirmación. Hasta que ese formato esté aprobado, se usa el que la tienda tenga por válido y se deja constancia de que es provisional.

El cliente decide qué compra y quién autoriza en su organización. Si esa persona no está identificada, el cierre no está completo por muy claro que parezca el encargo.

Escalar no es perder la venta: es poner cada decisión en manos de quien puede sostenerla. Un pedido condicionado, bien escrito, se cierra solo cuando llega la aprobación; un pedido cerrado con una promesa ajena se rompe cuando falta.

11. Une cada decisión con quien debe asumirla.

11.	Aprobar crédito y condiciones de pago	-----
11.	Confirmar stock real y reserva de envases	-----
11.	Validar fórmula, base y probeta de un color especial	-----
11.	Resumir el encargo y leer de vuelta los datos	-----
11.	Autorizar una excepción de plazo o de porte	-----
11.	Fijar el formato oficial de confirmación	-----

Opciones: Administración · Almacén · Especialista de color o taller de tintado · Mostrador · Encargado o dirección, según el límite pendiente · Dirección

Herramienta de trabajo: guion de confirmación de un pedido

Se completa durante el cierre, antes de preparar el material. Cada fila obliga a leer el dato, escribirlo y decidir qué se hace si falta.

Modelo didáctico. El formato oficial, la numeración y las firmas deben validarse con el procedimiento interno.

Dato	Cómo se lee de vuelta	Qué se escribe	Si falta
Referencia	Código y denominación, deletreados	Referencia completa y formato	No se confirma
Color y base	Código de carta y base de tintado	Carta, código, base y probeta	No se tinta
Formato y cantidad	Nº de envases y total con unidad	Litros o kilos y envases	Se comprueba stock
Acabado	Mate, satén o brillo, con ficha	Acabado y referencia	No se sustituye

Dato	Cómo se lee de vuelta	Qué se escribe	Si falta
Plazo	Fecha y franja, no «pronto»	Fecha comprometida	Se marca pendiente
Lugar	Dirección, acceso y horario	Obra, tienda o domicilio	No se envía
Receptor	Nombre y teléfono de quien firma	Nombre y contacto	No se entrega
Autorizante	Nombre, cargo y canal	Quién autoriza y hasta cuánto	No se prepara
Precio y condiciones	Unitario, total, IVA y porte	Importe y condiciones	Se condiciona
Pendientes	Qué, quién y hasta cuándo	Pendiente con dueño y fecha	Se escribe igual

Cómo usarla

Si un dato no se puede cerrar, se escribe «pendiente» con responsable y fecha. Un cierre con un hueco declarado se puede gestionar; uno con un hueco disimulado, no.

Repaso activo

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

12. Memoria: documento y compromiso

Empareja cada concepto con lo que compromete o permite en el cierre.



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE

13. Tarjetas de cierre



ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

14. Chequeo: ¿sabes cerrar con un acuerdo verificable?



Para dominar este tema

Cerrar con confirmación escrita no es aplicar una técnica de presión: es dejar un acuerdo que se pueda comprobar. Una venta está cerrada cuando constan el producto y la referencia, el color y la base, el formato y la cantidad, el acabado, el plazo, el lugar de entrega, quién recibe y quién autoriza. Lo que falta se escribe como pendiente, con responsable y fecha, o como condición, con su consecuencia.

Antes de preparar nada se lee de vuelta. La lectura se hace en el orden de ejecución, con unidades y códigos claros, y se pide un sí explícito a los datos críticos, no un «vale» de cortesía. Si el cliente delega, el profesional elige y declara su elección.

Presupuesto, pedido y albarán cuentan la misma historia en tres momentos: la propuesta, el encargo aceptado y la entrega. Confundirlos hace creer que hay stock donde solo hay una oferta, o que un pedido está servido cuando solo se ha entregado una parte.

El cierre telefónico o por WhatsApp termina con un texto enviado el mismo día, en el canal que el cliente consulta, con una pregunta concreta y la respuesta archivada. La autorización verbal se registra con nombre, cargo, canal y hora. No se da por hecho el stock, no se promete fecha sin comprobar y no se acepta una autorización de quien no consta.

Esta evaluación acredita conocimiento; no certifica competencia observada en el puesto. La competencia se demuestra cerrando encargos reales con el acompañamiento de quien corresponda.

- Fichas técnicas de los fabricantes del catálogo de Pinturas Especializadas (consulta 2026-10): fuente operativa para referencia, base de tintado, formato, acabado, rendimiento y conservación; la ficha vigente prevalece sobre cualquier resumen interno.
- UNE-EN 13300, pinturas y barnices para paredes y techos interiores: clasificación por brillo, poder cubriente y resistencia al frote húmedo (AENOR/UNE, consulta 2026-10).
- ISO 7724, colorimetría de pinturas y barnices (ISO, consulta 2026-10): vocabulario para describir color y medir diferencias; no sustituye la aprobación de la probeta.

- Código de Comercio (BOE, consulta 2026-10): marco general del contrato mercantil; esta lección no interpreta obligaciones, plazos ni condiciones de crédito.

Para mirarlo de otra manera

El parte de obra y la confirmación

Un buen oficial no confía la obra a la memoria: anota qué material puso, en qué zona y qué quedó pendiente. La confirmación escrita hace lo mismo con la venta. No es un trámite de desconfianza; es la memoria operativa que permite que otra persona continúe el encargo sin reconstruirlo.

Una pregunta que ordena

«Si mañana entra otro compañero a servir este pedido, ¿podría hacerlo solo con lo que está escrito?» Si la respuesta es no, falta un dato.

La confirmación, en cinco líneas

1. Referencia y cliente: quién encarga y con qué referencia.
2. Qué se sirve: producto, color y base, formato y cantidad.
3. Cuándo y dónde: fecha, lugar, horario y quién recibe.
4. Cuánto y cómo: precio, impuestos y condiciones acordadas.
5. Qué falta: pendiente o condición, con responsable y fecha.

Una confirmación que no se puede responder es un monólogo

El mensaje debe terminar con una pregunta concreta sobre los datos críticos. Si el cliente contesta «ok» sin saber a qué, la confirmación no acredita nada.

«Ya me lo confirmó por teléfono»

Una llamada puede cerrar la decisión, pero no conservarla. Si el cliente dice que ya ha confirmado, la respuesta útil no es repetir la conversación: es enviar el resumen y pedirle que confirme los datos críticos por escrito. Así la venta queda en un soporte que los dos pueden consultar y que no depende de cómo recuerde cada uno la llamada.

Referencia curricular

Materia:	Comercial · Cierre y confirmación del encargo
-----------------	---

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://pinturasespecializadas.lumbre.lat/object/cerrar-la-venta-con-confirmacion-escrita>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat