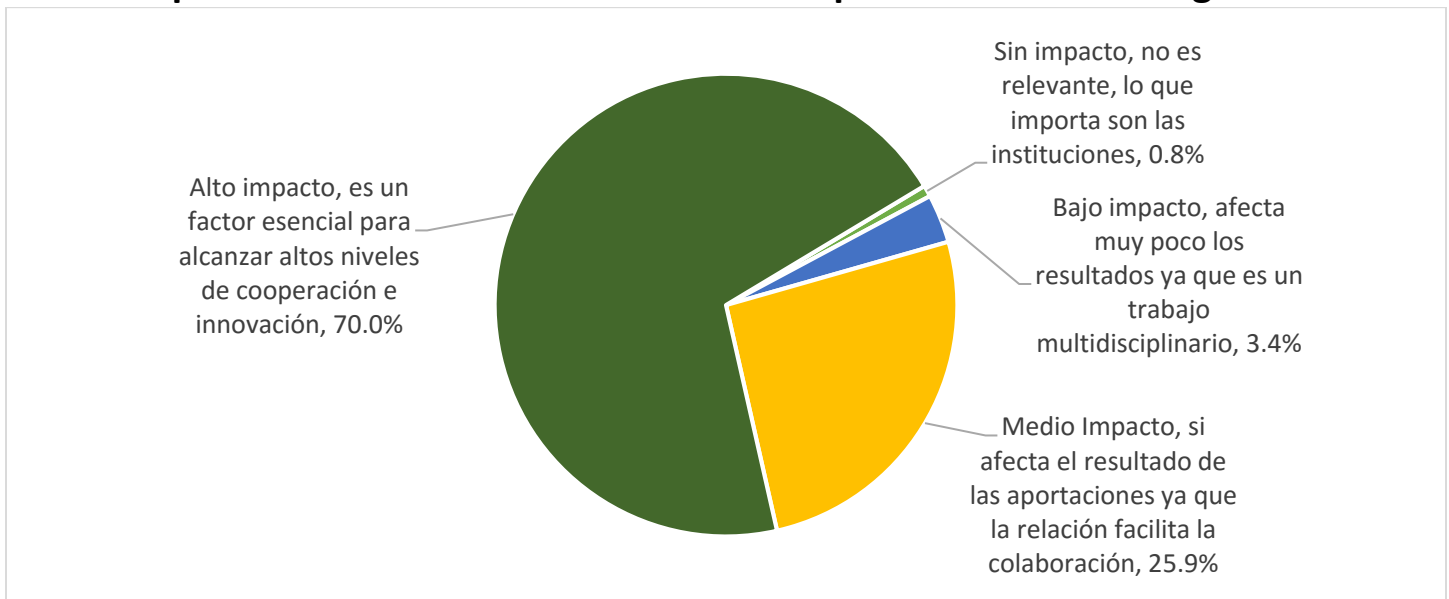


## ¿Qué impacto tiene la relación personal entre el comprador y el proveedor en las aportaciones de valor e innovación de proveedores estratégicos?



### Comentarios

En una sociedad donde los “amigos” se hacen a través de Facebook, las parejas se conocen vía Match y terminan su relación con un simple “WhatsApp”, y en un universo empresarial donde los proveedores se encuentran en “Alibaba” y se eligen mediante una subasta inversa por medios electrónicos, es muy fácil pensar que las relaciones humanas son una práctica en desuso en el vertiginoso mundo del suministro.

Afortunadamente, los profesionales en suministro no piensan así, ya que el 70% de los participantes de la encuesta reconocen que la relación personal entre una empresa y sus proveedores estratégicos es esencial para alcanzar altos niveles de cooperación e innovación. Un requisito para la colaboración, es la confianza, y esta se desarrolla entre los representantes de las empresas que demuestran en los hechos, el compromiso de sus respectivas organizaciones y les permite invertir en construir un futuro en conjunto.

Poco más de 1 de cada 4 participantes considera que el impacto de la relación personal es únicamente un facilitador, pero no el factor esencial. La cifra es considerable y obviamente dificulta la construcción de las relaciones personales con lo que piensas que es esencial.

Los participantes que piensan que la relación personal entre el comprador y el proveedor es baja o sin importancia, solo representó un poco más del 4% lo que los ubica como poco representativos.

*Encuesta realizada en Julio del 2016 con 263 participantes*

Participa en nuestras encuestas mensuales. Suscríbete a la [Comunidad de Compradores](#) en LinkedIn.  
Mantente al tanto de los resultados de las encuestas en <http://estrategiaycompetitividad.org/encuestas/>