

Estableciendo sanas relaciones

The Strategic Sourceror, publicó un post llamado [“Tips for establishing healthy supplier relationships”](#) que aporta las bases para ser exitoso en el manejo de las relaciones con los proveedores.

Una de los tantos retos que tiene la profesión de comprador, es el hecho de que “no lo pagan por hacer amigos”, pero debe construir muy buenas relaciones personales al interior de la empresa, así como también formar relaciones personales e institucionales al exterior de la organización para responder eficazmente a los retos de la función.



Por más que pensemos que la tecnología sustituye algunas funciones laborales, y que la comunicación se basa en medios “fríos”, como el correo electrónico o los mensajes de texto, al final, las relaciones interpersonales son las que hacen la diferencia cuando dos organizaciones buscan elevar el nivel de colaboración e innovación.

Hay 2 maneras de aproximarse a las relaciones, primero construirla y después entrar en una relación comercial, o como consecuencia de la relación comercial, invertir tiempo en su construcción. Generalmente, la primera opción produce mejores beneficios para ambas partes, ya que se pueden identificar oportunidades y anticipar problemas en un ambiente positivo donde no hay presiones ni compromisos por ciertos resultados.

Hay 4 elementos esenciales para construir y mantener las relaciones:

- Una clara, abierta y frecuente comunicación.
- Mutuo entendimiento de necesidades.
- Libre acceso a información para toma de decisiones.
- Políticas y procesos que regulan las interacciones.

La comunicación debe abarcar varias dimensiones, empezando por las expectativas, continuando por la alineación de objetivos y concluyendo con el establecimiento de claros indicadores de desempeño, que motivan a la comunicación permanente. Para profundizar en el tema revisar nuestra publicación llamada [“Mejores métricas para proveedores”](#).

Cuando ambas partes entienden y se preocupan por las necesidades del otro, se construye una relación de valor que fomenta la confianza y la colaboración, elementos esenciales para encontrar nuevas formas para maximizar el valor de la relación y reducir los riesgos. El reto es encontrar formas de crecer juntos, de trabajar en alianza para responder mejor al mercado.

Cuando las partes pueden tener acceso oportuno a información del socio de negocio, se pueden tomar decisiones oportunas para garantizar el mejor servicio al menor costo. Las lecciones aprendidas de esta información, permitirán ajustar políticas, procesos y sistemas que contribuyan a solidificar la relación. Este tercer elemento depende totalmente de los dos anteriores, ya que sin claras expectativas y preocupación mutua, no es posible una correcta toma de decisiones en beneficio de la relación.

Para que las relaciones institucionales no dependan de las interpersonales, las organizaciones deben documentar las interacciones entre las partes. De esta forma, se eliminan las dudas sobre los roles y responsabilidades así como los niveles de desempeño que se esperan de cada una de las partes. Si por alguna razón, los protagonistas se mueven, la relación permanece bajo los acuerdos establecidos y el daño a la relación se minimiza.

Construir sólidas relaciones con proveedores clave es una responsabilidad básica del comprador, por lo que deben ser parte de su evaluación de desempeño, sin embargo, también se requiere que todos los demás miembros de la organización que interactúan con el proveedor, mantengan una adecuada comunicación y un trato honesto y respetuoso. Las relaciones son una responsabilidad institucional y así deben ser atendidas.