

# “LA RELACIÓN CLIENTE-PROVEEDOR COMO VALOR AÑADIDO PARA LA COMPETITIVIDAD”



**Francisco Corma**

Director General de QPT S.L.

La configuración en formato "cluster" de un sector cerámico como el de Castellón, ha supuesto una serie de ventajas que lo han llevado a liderar muchos aspectos de la actividad cerámica.

No obstante lo anterior, ha habido algunos factores que no se han explotado en toda su extensión, precisamente por tratarse de un cluster con atomización de empresas, oferta variada de servicios y falta de cultura de colaboración ganar-ganar.

Uno de esos factores ha sido el de la relación cliente-proveedor como factor de valor añadido para mejorar la competitividad. En efecto, las relaciones cliente-proveedor han sido, en la mayoría de los casos, como de mera transacción comercial o, a lo sumo, de transferencia de tecnología indiferenciada que ha supuesto unos costes adicionales para todas las partes.

En un entorno incierto como el actual, con una realidad muy negativa en cuanto a resultados empresariales y unas perspectivas difusas, se hace necesario reflexionar sobre la conveniencia de definir nuevas formas de relación cliente-proveedor que basadas en el ganar-ganar produzcan valor añadido a las empresas para conseguir aumentar la competitividad.

En QUALICER 2010 para tratar el tema y dada la naturaleza intrínseca de estas relaciones cliente-proveedor en un cluster como el cerámico de Castellón, aunque de utilidad para otras áreas cerámicas de otros países, se ha pensado en desarrollar un Taller participativo en el que los actores sean precisamente el colectivo Cliente-Proveedor.

El Taller se estructura alrededor de dos temas fundamentales en estas relaciones cliente-proveedor: resolución de problemas técnico-tecnológicos y desarrollo de nuevo producto.

El Taller está diseñado para la **participación activa** de un gran número de asistentes a la sesión y basado en diferentes técnicas creativas entremezcladas (Relaciones forzadas, palabras clave, Listado de atributos, reversión del problema, Análisis de fallos, comunicación cortada, ideas y colores) para conseguir el objetivo deseado.