

## El Índice de relación de trabajo

Una de las cosas que me sigue fascinando de internet, es la capacidad de encontrar cosas que no estábamos buscando, como en el caso de este Índice de la relación del trabajo, que es un producto desarrollado por [Planning Perspective Inc](#), una firma de consultoría norteamericana, que desarrolló un modelo para cuantificar las experiencias de los proveedores trabajando con una compañía a la que le proveen productos o servicios. El indicador, pretende ser una muestra de la voluntad que tiene un proveedor de mantener a una empresa como su cliente. El indicadores llamado el índice de las relaciones de trabajo o WRI Por su nombre en inglés, Working Relations Index.

El índice se compone de cinco grandes componentes, que a su vez se descompone en variables, estas últimas se evalúan mediante preguntas en un cuestionario y el resultado es una combinación basada un promedio ponderado de respuestas desarrollado por esta firma.



Lo interesante, es que la encuesta se puede aplicar en una gran corporación y comparar los resultados por unidad de negocio o ubicación y en el caso particular de la industria automotriz, PPI tiene un reporte anual especializado.

Partiendo de que las organizaciones requieren mejorar sus habilidades de colaboración con sus socios de negocio, poder conocer lo que los proveedores perciben y opinan de una empresa puede ser una gran herramienta para diseñar planes de mejora.

Los componentes y sus variables del indicador son:

- A. Relaciones del proveedor con la compañía
  - 1. Confianza que se tiene con el cliente
  - 2. Relación general de trabajo
- B. Comunicación
  - 1. Apertura y honestidad
  - 2. Oportunidad
  - 3. Cantidad de información que se comparte
- C. Ayuda
  - 1. Que da la compañía al proveedor para reducir costos
  - 2. Que da la compañía al proveedor para mejorar la calidad
- D. Obstáculos
  - 1. Cambios excesivos o tardíos a diseños o especificaciones
  - 2. Objetivos en conflicto entre áreas funcionales del cliente
  - 3. Flexibilidad para establecer objetivos de costo y calidad
  - 4. Involucramiento del proveedor en desarrollo de productos o servicios
- E. Oportunidades de ganancia
  - 1. Comparte beneficios económicos de ahorros resultado de propuestas del proveedor
  - 2. Absorción de costos hundidos del proveedor generados por programas cancelados o retrasados por el cliente
  - 3. Preocupación por los márgenes de ganancia del proveedor cuando pide reducciones de precio
  - 4. Oportunidades del proveedor para obtener un retorno aceptable en el largo plazo

Los resultados, se califican en relación en una escala cualitativa de muy pobre a muy buena basándose en una escala cuantitativa de 0 a 500. La categoría de relación indica si esta es adversaria o enfocada a una alianza, la comunicación es calificada en un rango de limitada/ cuestionable hasta abierta y honesta.

Para la categoría de Ayuda, (C), esta queda en un rango de poco a mucho, al igual que en la categoría de Obstáculos, (D). La oportunidad de obtener ganancias, (E), se califica en un rango de pequeña a grande.

El hacer un autoanálisis rápido a los criterios y sus variables, me parece un buen ejercicio para evaluar la forma en que interactuamos con los proveedores clave. Creo que simplemente empezar por reducir los obstáculos (D), sería un buen inicio para mejorar las relaciones. Desarrollar formas para ayudar a los proveedores (C), sería un segundo paso que abonaría a mejorar los resultados de la colaboración.

Creo que de forma natural, mejorar en la reducción de Obstáculos y las Ayudas contribuirían a mejorar la Comunicación (B) y la Relaciones (A). Mi gran temor, se ubica en la categoría de Oportunidades de ganancia (E), ya que esto demanda un verdadero enfoque colaborativo con un compromiso en la generación de valor y las ganancias mutuas.

Pienso que si las empresas pudieran hacer un cambio radical en su pensamiento en las Oportunidades de ganancia (E), y adoptaran el enfoque adecuado en las 4 actividades de este criterio, las otras 4 categorías irían mejorando en consecuencia.

Resulta interesante pensar cómo responderían nuestros proveedores a esta encuesta y que tendríamos que estar haciendo para alcanzar mejores resultados en este índice.