

¡No lo vi venir!

Tendemos a pensar que las cosas malas solo les pasan a otros y que si nos llegan a pasar seguramente no serán tan malas. Inbound Logistics encontró que el 73 % de las empresas encuestadas habían experimentado una interrupción en su cadena de suministro y casi un tercio de esas empresas se llevó más de un mes para recuperarse. En el caso de México, un estudio de Apics Capítulo México arrojó que el 51% de los participantes reportaron haber tenido al menos una interrupción de su cadena en los últimos 24 meses y esto se presentó con mayor frecuencia en empresas comercializadoras y en las de tamaño pequeño.



La principal causa de interrupción en la cadena de suministro en México la presentan fallas en los proveedores, con un 71.7%, seguida muy de cerca por la aparición de demanda no planeada con el 69.9%. Esto es consistente independientemente del tamaño de empresa de que se trate.

Una de cada dos empresas mexicanas manifestó no solicitar planes de riesgo a sus socios de cadena y eso solo ocurre en el 39% de las empresas globales y es más radical en la relación con proveedores.

Los compradores deben atender el tema de riesgo como una parte natural de su trabajo y enfocarlo inicialmente en los proveedores estratégicos llevando a cabo al menos los siguientes pasos:

1. Mapear la cadena de suministro, fundamentalmente corriente arriba.
2. Identificar riesgos potenciales, ya sean financieros, de calidad, de disponibilidad, de logística, ambientales o de otro tipo.
3. Definir acciones para reducir la probabilidad de ocurrencia y el impacto de los riesgos de mayor severidad. Algunas acciones pueden ser establecer un inventario de materiales o desarrollar proveedores/ materiales alternos.
4. Establecer un sistema de monitoreo de los riesgos en sí y de auditorías a proveedores clave. Pedirles que desarrollen planes de contingencia y nos los comparta.
5. Crear en toda la organización una consciencia con relación al riesgo.

Estar atentos al riesgo es una responsabilidad básica de un comprador.