

## ¿Importa el tamaño?

La cultura estadounidense es propensa a publicar anualmente múltiples listas en las que califica bajo diferentes criterios a los proveedores y las empresas con la finalidad de conocer a las más grandes, la más rentable, la más conocida o la que sobresale por alguna razón.

Hace un par de semanas Transport Topics publicó la lista de las 50 compañías logísticas más importantes de América del Norte que se dedican a servicios de fletes marítimos y terrestres, almacenaje y distribución de mercancía.

La lista se elabora en base a los ingresos netos reales o estimados de cada una de ellas.



Las 5 más grandes fueron:

1. UPS Supply Chain Solutions
2. J.B. Hunt Transport Services
3. Ryder Supply Chain Solutions
4. C.H. Robinson Worldwide
5. Expeditors International of Washington

Los creadores del listado ofrecen a las empresas enlistadas la posibilidad de bajar una imagen que las reconoce como una de las 50 para utilizarlos como parte de sus promociones.

En mis tiempos de comprador recuerdo que cuando trabajé para una gran empresa multinacional me sentía muy cómodo trabajando con “una de las grandes” ya que estaba seguro de que:

- Ellos entendían mis necesidades y presiones
- Podrían responder a peticiones especiales
- Tenían capacidad de reacción para situaciones no planeadas
- Les importaba mantener la relación con mi organización

Sin embargo, cuando trabajé para empresas de menores dimensiones me resultaba incómodo trabajar con estas empresas ya que pensaba que en cualquier momento uno de sus clientes grandes podía requerir algo y lo más seguro era que dejara de poner atención a mi cuenta y se concentrarían en las prioridades de ellos.

Es claro que grande no es sinónimo de bueno o de solidez. Historias recientes no han demostrado que también los muy grandes pueden desaparecer rápidamente ante un mal manejo administrativo o de una crisis.

El comprador debe buscar una empresa que sea “adecuada” a sus necesidades presentes y futuras. En donde el volumen de ventas sea solo un elemento de la decisión final que tiene que considerar otros aspectos como cobertura, conocimiento de los mercados atendidos, conocimiento de las necesidades del cliente, resiliencia, etc.

Mi conclusión es simple, el tamaño sí importa, pero generalmente importa poco en comparación con otros criterios de selección.