

GESTIÓN DE RIESGO EN DECISIONES COMERCIALES PARA EL SECTOR MINORISTA

José Antonio Taquíá Gutiérrez

Las empresas que distribuyen sus productos a través de un canal *retail* o minorista requieren iniciativas para aprovechar oportunidades identificadas por la fuerza de ventas y la investigación de mercados. Para una empresa, tomar decisiones comerciales sin una adecuada evaluación de sus efectos es un riesgo muy alto. Para evitarlo, se requieren métodos y herramientas de análisis que vinculen el proceso comercial con el de abastecimiento. La necesidad de crecer sin exceso de inventario o reducir la pérdida de volumen en el mercado por falta de productos en el punto de venta es una combinación de restricciones propias de cada operación, que busca balancear adecuadamente la capacidad y la eficiencia de los procesos operativos, y se apoya cada vez más en una estructura de coordinaciones con proveedores y procesos de planificación táctica. Esta complejidad se incrementa debido a que el estudio se centra en Lima, una ciudad colapsada por el tráfico y la falta de políticas orientadas a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

¿Cuál será el impacto de este desorden en el crecimiento del sector minorista en Lima? ¿Crecerá ordenadamente en este entorno? ¿Servirán las técnicas de ingeniería para hacer más eficientes las operaciones de comercialización y distribución en estos mercados ya de por sí estructuralmente complejos?

El crecimiento urbanístico también representa un reto para las empresas minoristas, que tendrán que incrementar sus inversiones en *marketing* y distribución debido a la apertura de nuevos puntos y canales de venta. Los formatos de tiendas de gran superficie (5000 a 6000 metros cuadrados) de inicios de los años noventa están cambiando a formatos de menor tamaño debido a la falta de terrenos y a la saturación de zonas con alta densidad poblacional.

En el trabajo se han analizado técnicas de análisis de elasticidad precio-unidades, curvas de ciclo de vida y su gestión en entornos de comercio minorista, dimensionamiento de mercados, técnicas de gestión del riesgo y medición de la exactitud de los pronósticos.

Consideramos que las técnicas de ingeniería de operaciones presentadas



en esta investigación pueden contribuir a que el crecimiento del sector minorista genere un impacto positivo en el desarrollo de la ciudad.

Finalmente, la investigación ha dado origen a una aplicación de *software* libre orientada a la ejecución de un balance entre la demanda y la gestión de la categoría de productos para diversos períodos futuros.

La proyección natural de la investigación está en el campo de sistematizar la convivencia de políticas de inventarios para productos dentro de una misma categoría comercial con fuentes adicionales de información no estructurada de redes sociales y su impacto en la gestión de demanda. ❖