CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Grupo TECH opera con un sistema de distribución basado en pronósticos de demanda que genera la presencia de sobrantes de productos de baja rotación y agotados de los de alta, recurriendo a soluciones emergentes como remates y expeditar compras a un alto costo para recuperar la inversión y no perder ventas, respectivamente.
- Los distribuidores mayoristas y tiendas minoristas tienen como mayor preocupación el saber si el producto que han adquirido tendrá una rotación deseada que justifique la inversión realizada.
- La principal inquietud de los consumidores finales es la de encontrar los productos que necesita en la cantidad correcta cada vez que ingresa a una tienda a realizar una compra.

- La sociedad de vueltas de inventarios a nivel de distribuidores y la máxima disponibilidad en las tiendas son factores decisivos que aseguran un nivel de servicio superior al del mercado, satisfaciendo completamente las principales necesidades de los grupos de interés, y que permite superar la oferta existente en el mercado.
- La estrategia que asegura la sostenibilidad de la ventaja competitiva, es la de abastecer de inventario de acuerdo al consumo del mercado. Los principales mecanismos que permitirán reaccionar de una forma favorable a la demanda del mercado y sus cambios son el indicador nivel de inventario objetivo y la administración de amortiguadores de inventarios.
- La implementación de las ventajas competitivas decisivas permitirá al Grupo TECH incrementar sus ventas en un 23 %, aumentar su utilidad neta en un 90.7% e incrementar su rentabilidad sobre las ventas en 57.14%.
- El éxito de la implementación de la Reposición Activada por el Mercado radica en el total involucramiento y comprensión de los procesos inherentes diseñados para el efecto por parte de las personas integrantes de la organización.

5.2. Recomendaciones

- La Reposición Activada por el Mercado (RAM) es una estrategia de tipo global que debe ser implementada en su totalidad a través de la organización. Hacerlo por partes no tiene el impacto esperado descrito en el presente estudio.
- Instruir a los clientes sobre la metodología de la Teoría de las Restricciones en todos sus procesos y no solo como una sociedad con Grupo TECH.
- La Gerencia General debe estar comprometida y convencida de que la metodología de Teoría de las Restricciones así como de su aplicación estricta.
- Instalar en las empresas de las sociedades de inventario, sistemas de información.