



ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do "Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade "

19 – Ruptura de produtos de revenda

O abastecimento é uma questão muito importante no setor de alimentação no mercado moderno. Para obter um bom resultado comercial é necessário que as empresas mantenham as gôndolas sempre cheias de produtos para estimular as compras. Uma loja vazia transmite uma sensação negativa para o cliente que se reflete nos seus hábitos de consumo dentro do estabelecimento. Porém, manter a loja constante gera outros reflexos.

Uma loja com um número maior de produtos e trocados com frequência constante nas prateleiras tende a ter mais problemas com a ruptura. Estudo da Nielsen concluiu que este é um problema tão grave que interfere diretamente na gestão da loja e na tomada de decisão. Sem um devido controle do abastecimento dos produtos, o índice de desperdício da empresa pode crescer a níveis absurdos e gerar muitos prejuízos. Essas falhas operacionais têm um grave desgaste no resultado comercial e podem atrapalhar até mesmo negócios saudáveis, de grande produtividade e rentabilidade.

Um dos problemas está relacionado ao "fundo da loja". O empresário pode ter o produto em estoque, mas ele não está no ponto de venda,

diante do consumidor. E produto fora da gôndola é ruptura, pois não será vendido. Também pode acontecer do produto ser colocado, mas sempre na parte frontal da gôndola, empurrando os demais para o fundo. Em determinada ocasião, esse item que já está na prateleira pode acabar ficando lá tanto tempo por ser constantemente empurrado que acaba ultrapassando sua data de validade.



ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade “

Geralmente, não existe na maioria das empresas de panificação uma rotina ou padrão de reposição nos pontos de venda, simplesmente fazendo a reposição de itens mediante sua falta nas prateleiras. Essa falta de um processo mais sistematizado e de operação tão incerta facilita a ocorrência de falhas operacionais, que podem acabar em problemas comerciais. Se o funcionário não perceber que determinado produto está em falta e não o reabastecer, a empresa terá um prejuízo. Além disso, é preciso considerar, também, que apesar de determinados produtos estarem em estoque, às vezes não estão na área de vendas porque há repositores mal treinados e também existem os que até agem de má-fé.

Para se resolver esses problemas e outros decorrentes da ruptura, a empresa precisa inicialmente ter uma noção do tamanho deste rombo. Ter critérios de acompanhamento mensuráveis é fundamental para combater a ruptura. Indicadores servem como balizadores ou referenciais, para que estes índices sobreponham à “linha do zero”. É uma meta arrojada, mas deve ser perseguida constantemente por todos dentro da empresa, com foco no cliente.

Atualmente, alguns sistemas gerenciais adotados pelo mercado já permitem ter uma contabilidade fácil deste prejuízo gerado por um controle falho do estoque. Eles permitem ter uma consciência dos prejuízos provocados por desvios internos e externos que também estão relacionados a esta ocorrência. Além dos sistemas, funcionários têm que ter uma rotina e processos bem estabelecidos e organizados para verificar o que está em falta. Uma organização e controle do estoque, da data de validade dos produtos e com um controle de vendas é uma forma simples de ter uma melhor gestão e minimizar os problemas.



ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade”

Pontos de atenção:

Controlar a falta de produtos de revenda permite à empresa fidelizar o cliente proporcionando a ele a oportunidade de ter acesso ao produto e marca desejados. Ter uma ferramenta de controle permite que a empresa monitore o seu abastecimento, sem deixar prateleiras e gôndolas vazias. Esta é uma questão estratégica, pois implica diretamente no sucesso do negócio.

A ferramenta para controle pode ser uma planilha de Excel ou até mesmo o próprio sistema operacional, na qual um responsável deve, semanalmente, verificar o sistema e, na sequência, conferir o estoque e a exposição na área de vendas.

Segue abaixo um exemplo de tabela para controle manual:

PLANILHA DE CONTROLE DE RUPTURA REVENDA						
UNIDADE:						
*Importante: Preencher colocando "1"um para os produtos que não tem e nem um outro que seja similar e "0" zero para o que tem.						
		DEPARTAMENTO/PRODUTOS	DATA	DATA	DATA	DATA
ITENS	CÓDIGO	CHAMPAGNE/ESPU MANTE				
1		CHAMP CHANDON BRUT 750ML	0			
2		CHAMP CONDE FOUCAULD DEMI-SEC 750ML	0			
3		CHAMP SALTON BRUT 750ML	0			
Total de itens com Ruptura (Em Falta)			0			
ITENS	CÓDIGO	PRODUTOS ESTRATÉGICOS				
1		AÇÚCAR CRISTAL BOM GOSTO 1KG	1			
2		AÇÚCAR REFINADO GUARANI 1000G	1			
3		ARROZ CAMIL 1KG	0			
4		ARROZ PRATO FINO 5000G	0			
5		CAFÉ TRÊS CORAÇÕES EXTRA FORTE 250G	0			
6		CAFÉ TRÊS CORAÇÕES EXTRA FORTE 500G	0			
7		CAFÉ TRÊS CORAÇÕES PREMIUM 500G	0			
8		CAFÉ TRÊS CORAÇÕES TRADICIONAL 250G	0			
9		CAFÉ TRÊS CORAÇÕES TRADICIONAL 500G	0			
10		FEUÃO CARIOCA PINK 1000G	0			
11		ÓLEO DE GIRASSOL SALADA 900ML	0			
12		ÓLEO DE SOJA SOYA 900ML	0			
13		CHOCOLATE EMPÓ NESTLE	0			
14		SABÃO EMPÓ OMO 1000G	0			
15		TODDY 400G	0			
16		TODDY 800G	0			
17		TODDY LIGHT 380G	0			
18		FEUÃO PRETO PINK 1000G	0			
Total de itens com Ruptura (Em Falta)			2			
			INDICADORES			
TOTAL GERAL DE ITENS DA PLANILHA		657	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
TOTAL DE ITENS COM RUPTURA		180	27,40%			
TOTAL DE ITENS SEM RUPTURA		477	72,60%			