

Como adotar uma alocação automática, e qual o modelo ideal para a minha empresa?



Como adotar uma alocação automática?

A importância dos processos de alocação de mercadorias é cada vez maior para as varejistas, sendo parte crucial da operação do varejo. É através da alocação que são definidas a ocorrência ou não de rupturas, excessos, e outros problemas que podem ser evitados.

Na maioria dos varejistas, os processos de alocação de mercadorias passaram a envolver um grande volume de informações, sendo necessário trabalhar com grandes bases de dados.





Nesse cenário, torna-se cada vez mais importante a obtenção de ganhos produtivos nos processos de alocação de mercadorias, e a melhor forma para isso é a automatização.

Ao trabalhar manualmente com muitos dados, as pessoas acabam criando vieses, que diminuem a eficiência do processo, impossibilitando a otimização da alocação. Para se atingir a melhor qualidade, é necessário que todos os envolvidos no processo de alocação evitem tais vieses, ou “crenças”, estando abertos à mudança de paradigma que ocorrerá na empresa.



A alocação automática, como todo processo estatístico baseado em histórico de dados, aprimora-se constantemente com seu uso. Portanto, a aceitação do novo processo, seu conhecimento e uso correto são condições primordiais para uma empresa atingir uma alocação automática eficiente.

Os gestores tem papel importante nesse processo, sendo responsáveis por essa transição cultural dentro da empresa, e garantindo um alinhamento geral em direção ao novo modelo. Assim, será possível obter equilíbrios na alocação de mercadorias que seriam impossíveis em um processo puramente manual, gerando uma eficiência superior à empresa.



A meta, nesse ponto, é a transferência desse conhecimento para o sistema, automatizando-o. Os ajustes manuais podem e devem ocorrer, sendo sempre a exceção, de forma que o sistema aprenda com eles. É dessa forma que se atingirá uma distribuição realmente ótima, com o melhor equilíbrio possível, e corrigindo excessos e faltas de produtos.

Assim, observando esses pontos, as varejistas podem obter grandes ganhos produtivos e comerciais com um processo de alocação automatizado verdadeiramente eficiente. Esse pode ser o diferencial para o sucesso em um mercado tão competitivo como o varejo.



Qual é o modelo ideal para a alocação de mercadorias?

Quando se discute modelos de alocação de mercadorias, é muito comum surgir a dúvida entre os processos Push (empurrados) e os Pull (puxados).

Coloca-se a questão sobre qual seria o ideal. A resposta, no entanto, não é tão simples quanto afirmar que um modelo está errado e o outro irá solucionar todos os problemas do varejista, pois os dois são necessários. O que define a utilização de cada um é a característica do produto em questão, baseado em seu ciclo de vida.

Mas, afinal, o que são esses modelos de alocação de mercadorias? O modelo Push é aquele em que a distribuição de produtos para as lojas é calculada e decidida de forma centralizada, assim como a própria compra dos produtos. Já no modelo Pull, a distribuição é definida pelas lojas, que requisitam os produtos de acordo com sua necessidade de estoque.

E como eles coexistem? Mesmo no modelo Pull, é preciso haver uma primeira distribuição empurrada, o chamado “enxoval” da loja, que é determinado pelas características tanto da loja quanto dos produtos. No varejo de moda, essa é uma necessidade recorrente com as trocas de coleções.





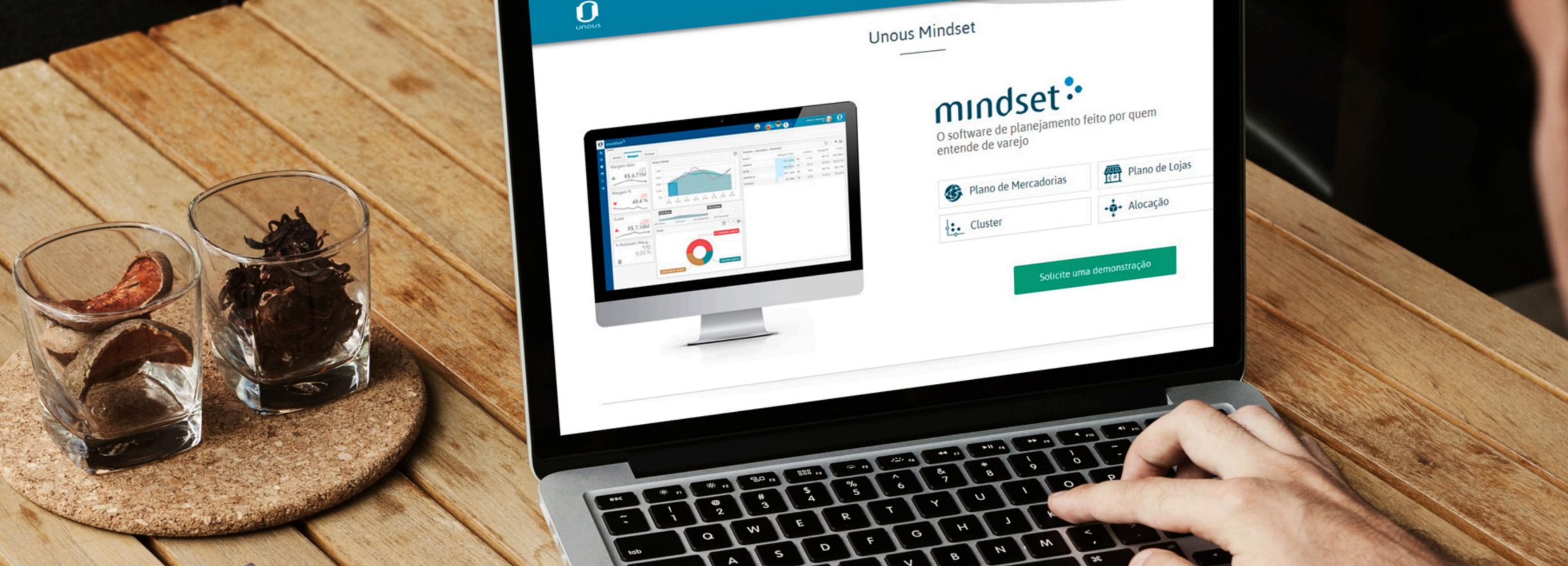
Por sua vez, mesmo um bom modelo Push pode se beneficiar de produtos em um processo de distribuição puxado. São os casos daqueles produtos básicos, não muito sazonais, em que é possível realizar uma distribuição puxada inclusive direto do fornecedor.

Assim, é possível estabelecer um modelo misto. Nesse caso, realiza-se uma primeira distribuição empurrada para as lojas, mantendo um volume armazenado em CD para posterior distribuição puxada. Posteriormente, com o recebimento de novos lotes de mercadorias, é necessário julgar pela continuidade da distribuição Pull, ou se já está no momento de realizar novo Push, para recompor o estoque e sortimento das lojas.



Essa decisão pode ser tomada automaticamente através de algoritmos, que garantam as quantidades mínimas e máximas por produtos desejadas em cada loja, bem como considerem o lead time (diferença de tempo entre o reconhecimento da necessidade e abastecimento da loja).

Então, o que determina o uso do modelo Pull ou Push são as características do produto, o papel estratégico de cada categoria, e os objetivos de negócios do varejista. Um bom modelo de alocação, que leve em conta essas questões, certamente trará bons resultados. Os ganhos para o varejista serão vistos no giro de estoque, na redução de rupturas e remarcações, e, conseqüentemente, na margem.



A Unous oferece consultoria altamente especializada em planejamento comercial e gestão no varejo.

Conheça o **Mindset**, o software de planejamento feito por quem entende de varejo.

 (11) 2386-2156 | (11) 2369-7916

 contato@unous.com.br

 www.unous.com.br

 Av. Dr. Gastão Vidigal, 1132 – Sala 408 B
Vila Leopoldina CEP: 05314-000 - São Paulo

