



**Open To Buy:**

**Entendendo a Gestão de Mercadorias**

## Open To Buy:

### Muito além da verba de compras

Muitas vezes, ao se falar sobre Open To Buy (OTB), o foco recai exclusivamente sobre o controle da verba de compra. Nesses casos, é comum chegar-se à conclusão de que o próprio sistema de ERP já oferece a verba para o varejista.

No entanto, essa conclusão é errada, pois o Open To Buy (OTB) é muito mais do que simplesmente uma verba de compra, ele envolve todo o processo de planejamento da empresa e permite uma gestão completa com foco no produto e no cliente.





Assim, o Open To Buy (OTB) funciona como uma ferramenta fundamental na gestão de categorias, oferecendo um planejamento específico e muito mais assertivo para cada categoria de produtos.

Para isso, é necessário primeiramente compreender as características de cada categoria, definindo os papéis que deverão ser desempenhados.

A definição de papéis para cada categoria é importante, pois não se espera o mesmo desempenho de todas: algumas categorias oferecem uma margem maior, outras trazem fluxo à loja, etc. Assim, as metas definidas e os indicadores utilizados serão diferentes para cada categoria de produtos.



Esse processo está ligado com toda a estratégia da empresa, e uma ferramenta de Open To Buy (OTB) permite que o planejamento de vendas, margem e estoques seja realizado entendendo a contribuição de cada categoria, alinhando as estratégias.

Com esse processo, é possível estabelecer uma estratégia de investimento em estoques. Para isso, observam-se as características de demanda das categorias, definindo suas necessidades específicas de giro e cobertura. Se a cadeia de fornecimento estiver preparada para entregar o produto em uma maior frequência, será possível trabalhar com uma cobertura menor, diminuindo o investimento necessário em estoques (e, conseqüentemente, os custos).

Como cada categoria tem suas particularidades, nem todas estarão preparadas para esse processo, por isso a importância de um planejamento por categorias claro, garantindo que toda a organização saiba o que é esperado de cada categoria de produtos.

Além disso, é importante ressaltar a necessidade de uma estrutura mercadológica (também conhecida como “árvore de produtos”) bem definida, para garantir que os produtos possam ser agrupados corretamente em categorias. Sem uma estrutura mercadológica, a identificação das características de cada categoria fica comprometida.





Dessa forma, o processo se torna um Planejamento de Mercadorias completo, não apenas uma definição de verba. O saldo de compras (recebimento) é a ação necessária para a realização do planejamento definido, mas o foco está no planejamento. Quando o processo de Open To Buy (OTB) visa apenas a verba de compras, os resultados estarão abaixo do potencial da empresa.

Portanto, a riqueza do processo está em como trabalhar com esses ingredientes. Definir os papéis e metas de cada categoria; fazer o planejamento de vendas e margem por categoria; entender a cadeia de fornecimento e definir a estratégia de recebimento. Tudo isso influenciará o giro necessário de cada categoria de produtos. E, por fim, o recebimento será uma consequência das estratégias desenhadas pela empresa.



## Open To Buy: essencial para o varejo

O planejamento de mercadorias é o cerne do varejo. Planejar e gerir as compras e as vendas de mercadorias é essencial para todos os varejistas, e essa atividade também pode se beneficiar grandemente de processos e sistemas.

O planejamento de mercadorias consiste em um processo de análise de históricos, comportamentos e premissas para construir um desenho de onde se quer chegar no futuro, ou seja, planeja-se um objetivo para a empresa, e como alcançá-lo.

São quatro as variáveis trabalhadas em um Open To Buy (OTB): Vendas, Margens, Estoques e Recebimentos (Compras).

Deve-se ressaltar a importância de se trabalhar com a data de recebimento das mercadorias, tornando o Open To Buy (OTB) compatível a um Open To Receive (OTR), uma vez que a variável de interesse é o recebimento do período, e não propriamente a compra.

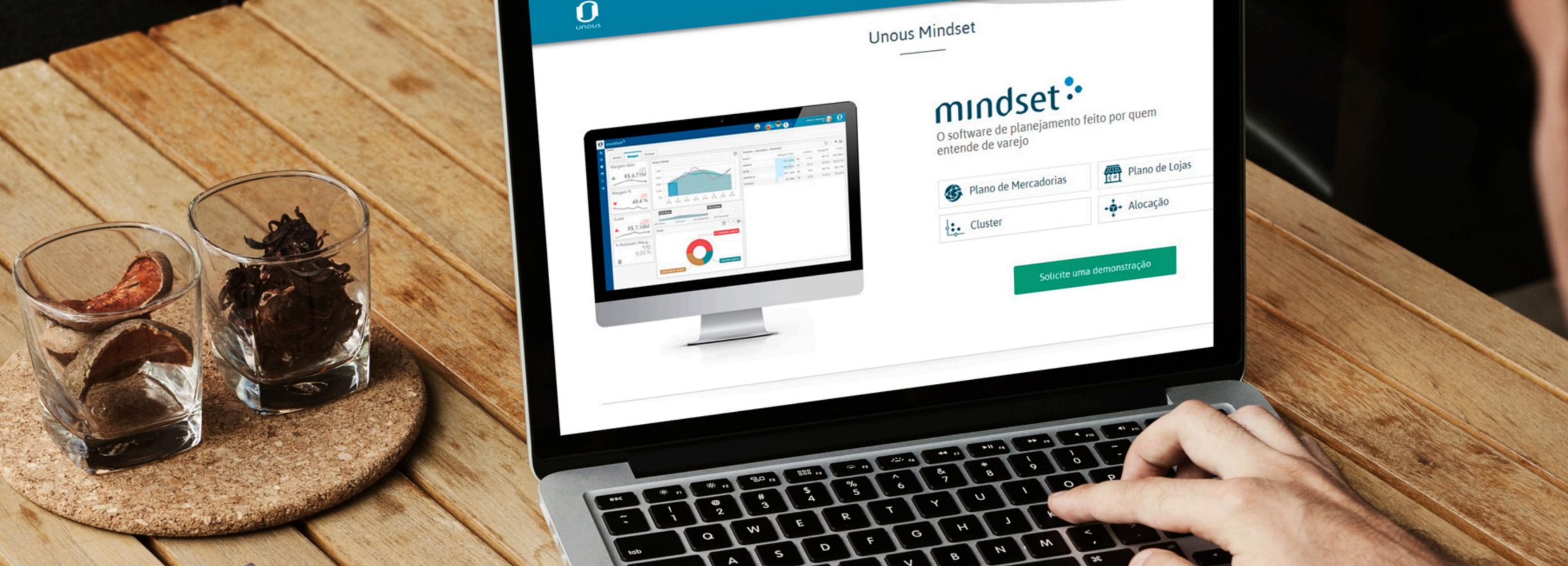
A orientação do sistema é dada pelo planejamento das variáveis Vendas, Margens e Estoques, resultando no cálculo do Recebimento necessário para o período.





Por fim, chega-se ao recebimento, uma variável calculada, ele definirá as ações necessárias para atender ao planejamento realizado. Assim, é possível saber o que comprar, por quanto e quando.

O principal ganho com o Open To Buy (OTB) é melhorar a qualidade da compra, e, conseqüentemente, dos estoques. Sem o Open To Buy (OTB), cada categoria é planejada individualmente, o que gera desbalanços nos estoques da empresa. Portanto, trabalhar com um Open To Buy (OTB) garante estoques mais assertivos, o que diminui remarcações de preços, melhora o sortimento e diminui custos (melhorando o giro). Ao mesmo tempo, ter um estoque de maior qualidade leva a uma venda melhor, diminuindo as rupturas. Tudo isso será visto no aumento da rentabilidade da empresa.



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](mailto:contato@unous.com.br)

 [www.unous.com.br](http://www.unous.com.br)

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

