

CAMPANHA PARA REDUZIR RUPTURAS EM R\$ 1 Bi

2



2º FASCÍCULO

Como identificar e cadastrar produtos em sua empresa

REALIZAÇÃO



COORDENAÇÃO E PRODUÇÃO

**Supermercado
Moderno**

PATROCÍNIO

Colgate®



APOIO





CADASTRO DE PRODUTOS COM ERROS É UMA DAS CAUSAS DE RUPTURAS

E rupturas podem gerar perdas superiores às exemplificadas no primeiro fascículo. Confira:

Qualquer conta que Você venha a fazer para calcular o quanto está perdendo devido a rupturas exige algumas premissas. E, dependendo das premissas usadas, o valor apurado estará próximo ou distante da realidade encontrada numa loja hipotética.

Os quesitos básicos, que demandam premissas, são, pelo menos, os seguintes:

- ▶ quais foram os itens faltantes (o valor da perda será diferente se forem velas ou azeite);
- ▶ por quanto tempo cada item ficou em falta;
- ▶ o que fez o cliente ao se deparar com a falta de produtos: substituiu por outro (qual?) ou desistiu da compra.

Dependendo desses **três elementos**, o valor das perdas e os perdedores serão diferentes.

Existem ainda diferentes impactos indiretos que Você pode considerar, desde questões de margem de contribuição até a “desorganização” dos parâmetros.

Exemplo:

se o item **A** ficou em falta e o consumidor levou o item **B** em seu lugar, o sistema poderá apontar queda na demanda de **A** e incremento na de **B**.

Assim, na hora da reposição, Você pode aumentar o espaço de **B** e diminuir o de **A**. Entretanto, se o item **A** for o preferido dos consumidores, ele voltará a faltar mais cedo, e assim por diante.

De qualquer forma, o resultado das rupturas irá variar de **ruim** a **péssimo** para Você, varejista, para os fornecedores e consumidores.



CADASTRO DE PRODUTOS CORRETO: A ALMA DO SEU NEGÓCIO!

O cadastro de produtos é a base de todo o sistema de gestão do varejo, viabilizando desde a recepção das mercadorias até sua passagem pelo caixa.

Também é de vital importância para o bom funcionamento da loja.

Erros no cadastro, portanto, **geram problemas que afetam todas as áreas da empresa e de cada loja**, bem como seus fornecedores e clientes, provocando custos desnecessários, ineficiências e rupturas.

Na maioria das empresas varejistas, das menores às grandes redes, encontramos duas grandes listas mestras:

- 1 o cadastro geral;**
- 2 o cadastro dos itens ativos.**

O cadastro dos itens ativos costuma ter cerca da metade dos itens constantes no cadastro geral.

Resultado: as bases de dados são sobrecarregadas com milhares de itens que já não são mais negociados porque falta um processo que os elimine periodicamente.

Apesar de a base de dados apresentar milhares de itens, é comum chegar um caminhão para descarregar produtos e, no momento da conferência do que está sendo descarregado, constatar-se divergências ou mesmo inexistência de cadastro de algum item.

Essa situação pode ter uma destas três causas:

- ▶ o produto não foi cadastrado;
 - ▶ há falhas no cadastro feito, ou
 - ▶ quem recebe mercadorias não encontra o produto no cadastro.
- Fato geralmente causado por diferenças existentes entre os códigos e nomenclaturas usados na documentação fiscal e os constantes no cadastro.



Além disso, a área de recebimento trabalha sob enorme pressão e, **NOS CASOS de divergências**, as decisões acabam sendo tomadas por um funcionário talvez não perfeitamente preparado para assumir tão importante responsabilidade. Vale a pena, portanto, rever o sistema e o processo de cadastramento e manutenção do cadastro das empresas varejistas e industriais.

O CADASTRO IDEAL

Buscando referências internacionais, a Associação ECR Brasil constatou que a solução ideal é a do catálogo eletrônico.

Ele é ideal porque apresenta um cadastro-padrão, definindo todos os atributos necessários à gestão do produto ao longo da cadeia – desde seu nome e código de barras, até informações sobre tamanho da embalagem, volume e peso da caixa de despacho, fotografia padronizada de cada item, sua formulação, etc.

Assim, **cada fabricante se responsabiliza** pelo cadastramento de todos os produtos que fabrica seguindo esse modelo-padrão.

A seguir, o **fabricante disponibiliza** esse seu catálogo completo, via internet ou preferencialmente através de um provedor que hospeda grande número de fabricantes.

A partir daí, **qualquer varejista que acesse o serviço** pode capturar arquivo do cadastro e conectá-lo ao seu cadastro, atualizando-o automaticamente.

É claro que este sistema pressupõe que todos os integrantes da cadeia utilizem o mesmo padrão de estrutura e sistema, e que haja *pools* que disponibilizem vários cadastros, de modo que em uma única (ou poucas) conexões o varejista consiga capturar as informações atualizadas sobre todos os produtos com os quais trabalha.

Apesar de ser o sistema ideal – cuja operacionalização já foi testada com sucesso pela Associação ECR Brasil – ainda levará algum tempo para ser utilizado de forma ampla em nosso País, pois demanda importantes modificações nas bases de dados hoje utilizadas, bem como a integração dos sistemas de diferentes empresas.



PARA SE CHEGAR AO CATÁLOGO ELETRÔNICO, ANTES É PRECISO MELHORAR O QUE JÁ EXISTE

O sistema hoje vigente consiste de um grande cadastro de itens – ativos e não ativos.

As atualizações são feitas no momento em que um novo produto entra em linha, passando **forçosamente pela aprovação da área comercial.**

O processo mais comum de inclusão de um novo item **ainda é manual:** aprovado o novo item, o varejista solicita ao vendedor o preenchimento de uma ficha de cadastro, que depois é passada à área de sistemas para ser digitada.

Cada empresa varejista tem seu modelo de ficha. Por isso é comum encontrar diferentes nomes e códigos para o mesmo produto em diferentes empresas – apesar de o código de barras ser universal.

Inserido o produto no cadastro central, em uma atividade absolutamente burocrática e repetitiva, **sujeita a erros** variados, a informação trafega pelos diferentes sistemas da empresa, atualizando erroneamente a base de controle das áreas de compras, recepção de produtos, checkouts, etc.

Para melhorar esse sistema atual e **preparar as empresas** para integrar-se ao mundo do catálogo eletrônico, a Associação ECR Brasil criou um grupo de trabalho, com a participação de representantes de indústrias, atacadistas e varejistas.

O grupo criou o **CADASTRO MÍNIMO** através das seguintes ações:

- 1** revisou os atributos recomendados no catálogo eletrônico, analisando se continham todas as informações necessárias e evitando a existência de informações excessivas, que pudessem tornar o sistema muito pesado;
- 2** comparou os atributos recomendados com o cadastro de cada empresa representada pelo grupo de trabalho. Também avaliou quais ajustes seriam necessários para adaptá-los ao padrão, bem como o impacto sobre hard e software de cada empresa;



- 3 cada indústria participante do grupo assumiu a responsabilidade de estruturar o cadastro completo de sua linha de produtos e de mantê-lo sempre atualizado e no mesmo padrão;
- 4 cada empresa também se comprometeu a disponibilizar esse cadastro para seus clientes varejistas, atacadistas e distribuidores, em formato eletrônico, em qualquer mídia – CD, arquivo de internet, etc., permitindo que eles atualizem suas bases de dados.

OS CAMPOS DEFINIDOS PARA O CADASTRO MÍNIMO

Todas as informações necessárias para o preenchimento dos campos do **Cadastro Mínimo** apresentados a seguir deverão ser fornecidas pelas indústrias.

A campos obrigatórios

- 1 Unidade de Consumo (exemplo display)
- 2 EAN 14 da unidade de venda (GTIN no padrão GS1)
- 3 EAN 13 da unidade de consumo (GTIN no padrão GS1)
- 4 Prazo de validade do produto (em dias)
- 5 Peso bruto da caixa de embarque (em kg)
- 6 Quantidade de unidades por caixa
- 7 Caixas por camada
- 8 Camadas por pallet
- 9 Caixas por pallet
- 10 Largura da caixa de embarque (em mm)
- 11 Comprimento da caixa de embarque (em mm)
- 12 Altura da caixa de embarque (em mm)
- 13 Peso líquido da unidade de consumo (em kg)
- 14 Código de classificação fiscal para tributação do IPI (NCM)
- 15 Largura da unidade de consumo (em mm)
- 16 Comprimento da unidade de consumo (em mm)
- 17 Altura da unidade de consumo (em mm)
- 18 Status do produto no fabricante: ativo, suspenso temporariamente, descontinuado

B obrigatórios que devem ser definidos

- 19 Dados nutricionais exigidos pela ANVISA
- 20 Ficha técnica de produtos Eletro (voltagem, consumo, potência, etc.)
- 21 Tratamento a produtos de peso variável



C opcionais

- 22 Descrição do produto
- 23 EAN 13 da embalagem de consumo (conforme padrão GS1)
- 24 Peso líquido da caixa de embarque (em kg)
- 25 Ingrediente/formulação
- 26 Local de fabricação
- 27 Fotos para planograma e material promocional

A partir deste **Cadastro Mínimo**, as equipes comerciais da indústria continuarão apresentando novos produtos a seus clientes. **Quando aprovada a compra**, entregarão ao cliente a correspondente “ficha”, em formato eletrônico.

Do mesmo modo, **periodicamente atualizarão** os registros dos produtos que saíram de linha, para que seus clientes eliminem o grande número de itens inativos que sobrecarregam suas bases de dados.

Este processo deverá agilizar bastante **o trabalho manual e repetitivo que é feito hoje** pelos varejistas, atacadistas e distribuidores, diminuindo erros e agregando eficiência à cadeia.

Como resultado, o processo também **reduzirá significativamente os custos** dos controles sobre produtos e processos, bem como falhas e erros que resultam em rupturas.

MAS O PAPEL DO VAREJISTA É ESSENCIAL PARA QUE O CADASTRO MÍNIMO FUNCIONE

Só Você, varejista, pode assegurar que esse Cadastro Mínimo seja mantido em sua empresa e, com isso, ele venha a reduzir custos, eliminar deficiências, evitar perda de vendas por rupturas, etc.

Afinal, **só Você pode garantir** que as equipes comerciais das indústrias, atacados e distribuidores, bem como sua própria equipe, obedeçam aos padrões estabelecidos para esse cadastro tão crítico a varejistas e fornecedores.

Isso quer dizer que **Você deve se negar a cadastrar produto** cujos fornecedores não lhe forneçam todas as informações referentes aos campos obrigatórios.



Também quer dizer que **Você** precisa preparar sua equipe para assumir a importante responsabilidade de garantir a manutenção de seu Cadastro Mínimo íntegro.

O PASSO-A-PASSO PARA VOCÊ TIRAR TOTAL PROVEITO DO CADASTRO MÍNIMO

Antes de tudo, é recomendável que **Você** crie uma área única responsável pelo cadastro e por todas as modificações, cobrando os diferentes envolvidos pelas informações necessárias a cada campo.

A seguir, o responsável por essa área deve definir sua **ESTRUTURA DE MERCADORIAS**.

Essa estrutura é a ferramenta que define estrategicamente o sortimento de cada categoria.

SUA ESTRUTURA DE MERCADORIAS DEVERÁ INDICAR:

- ▶ o departamento a que pertence a categoria (alimentar, não-alimentar, etc.);
- ▶ o setor em que esse departamento se enquadra (limpeza, higiene e beleza, mercearia doce, etc.);
- ▶ o nome da categoria (sabão, desodorante, biscoito, etc.);
- ▶ as subcategorias em que a categoria se divide (sabão de coco, glicerinado, etc./ desodorante aerossol, creme, roll-on, etc. /biscoito recheado, água e sal, etc.);
- ▶ o número de marcas e de SKUs existentes em cada subcategoria.

EXEMPLO DE ESTRUTURA DE MERCADORIAS		
DEPARTAMENTO: Não-alimentar	SETOR: Higiene e beleza	CATEGORIA: Desodorante
SUBCATEGORIA	NÚMERO DE MARCAS	NÚMERO DE SKUs
Aerossol		
Creme		
Roll-on		
Spray		
Stick		



Essa estrutura é evolutiva, não estática, ou seja, pode mudar a cada revisão de acordo com as movimentações de mercado.

Por exemplo, no momento observa-se que a subcategoria “aerossol” está evoluindo mais do que o “spray”. Assim, na próxima revisão, Você pode diminuir o sortimento de spray e aumentar o de aerossol.

Depois, é preciso fazer a **DESCRIÇÃO DE CADA PRODUTO**.

E para possibilitar a análise do desempenho de categorias, subcategorias, marcas, etc., é preciso que o **Cadastro de Cada Produto** contenha sua classificação completa, como neste exemplo abaixo:

CADASTRO COMPLETO DO PRODUTO

Amaciante de Roupas Comfort Natural 500 ml

- ▶ **Departamento:** Não-alimentar
- ▶ **Setor:** Limpeza
- ▶ **Categoria:** Lavagem de roupas
- ▶ **Subcategoria:** Pós-lavagem de roupas
- ▶ **Grupo:** Amaciantes
- ▶ **Subgrupo:** Amaciantes 500 ml
- ▶ **Descrição do Produto:** Amaciante de Roupas Comfort Natural 500ml

Devem-se **evitar os problemas** resultantes das diferenças entre descrições de produtos semelhantes no cadastro de sua empresa ou entre seu cadastro e documentos fiscais.

Para o computador (por meio do qual serão feitas pesquisas e análises), se o mesmo amaciante for cadastrado como “amac.” e depois como “amaciante”, serão produtos diferentes.

Por essa razão, é recomendável que **Você estabeleça um padrão único de descrição de produtos**, utilizando, pelo menos, estas quatro variáveis:

DESCRIÇÃO DE PRODUTO

- 1 **Produto:** amaciante de roupas
- 2 **Marcas:** Comfort
- 3 **Detalhe:** natural
- 4 **Conteúdo:** 500 ml



A partir daí é preciso:

- 1 definir os campos opcionais** que deseja incluir no Cadastro Mínimo sugerido neste fascículo;
- 2 não esperar** todos os seus fornecedores entregarem as informações sobre cada um de seus produtos e sim criar uma planilha com todos os campos definidos e entregar cópias para seus fornecedores preencherem;
- 3 utilizar apenas o código de barras** como recurso para identificar produtos;
- 4 garantir que não haja diferenças entre os códigos**, nomenclaturas e abreviações constantes no cadastro e os apresentados pela documentação fiscal;
- 5 exigir que** os fornecedores indiquem os itens descontinuados em suas indústrias e limpar seu cadastro eliminando aqueles que, por ventura, ainda estejam na sua base de dados;
- 6 não liberar a compra** de um produto enquanto seu cadastro estiver incompleto, a não ser em casos especiais;
- 7 não esquecer** que as informações sobre dados nutricionais exigidos pela ANVISA devem ser enviados pelos fornecedores em formato PDF, isentando sua empresa da responsabilidade pelo conteúdo da informação;
- 8** no caso de marcas próprias, ter em mente que **o varejo é quem assume o papel** do fabricante (inclusive devendo ter nutricionista responsável);
- 9** apesar de o código EAN 14 indicar a quantidade de unidades por caixa, **manter essa informação** também no campo 6;
- 10 verificar se as medidas de comprimento**, altura e largura da unidade de consumo refletem a posição em que o produto será exposto em sua loja. Caso a situação no ponto-de-venda seja diferente, alterar as medidas no cadastro;
- 11 assegurar que haja** uma “amarração” entre um campo alterado e aqueles que foram influenciados pela mudança. Exemplo: se mudar o número de unidades por caixa, alterar também as dimensões da caixa de embarque, o EAN, o peso e, eventualmente, o número de caixas por camada e pallet;
- 12** caso sua empresa trabalhe com eletro, contatar seus fornecedores e **pedir as informações necessárias** a cada campo, por serem indispensáveis para esclarecer o consumidor sobre as características do produto desejado;
- 13 especificar a qualidade da imagem dos produtos** para cada tipo de uso (planograma? material de PDV?);
- 14 manter a área comercial e de logística informada** sobre itens descontinuados, etc.



IMPORTANTE:

É PRECISO ASSEGURAR A QUALIDADE DE CADA INFORMAÇÃO REGISTRADA E A AGILIDADE NA SUA ATUALIZAÇÃO!

Em resumo, para evitar rupturas através do Cadastro Mínimo, Você precisa:

- 1 **ter uma pessoa ou área única responsável** pelo cadastro.
Se for acessível a todos, acabará virando bagunça;
- 2 **implantar em seu sistema** os campos sugeridos aqui;
- 3 **lutar para que nenhum produto** seja introduzido com cadastro incompleto, a não ser em casos especiais;
- 4 **convocar todos os seus fornecedores** a adotarem os mesmos campos para seus produtos;
- 5 **utilizar o código de barras** como único recurso de identificação;
- 6 **exigir o uso dos mesmos códigos**, nomenclaturas e abreviações no cadastro e nos documentos fiscais;
- 7 **limpar sua base de dados** e mantê-la sempre atualizada;
- 8 **garantir qualidade** a cada informação;
- 9 **informar rapidamente** à área comercial e de logística sobre cada alteração ocorrida no cadastro.



PRÓXIMOS FASCÍCULOS:

• COMO FAZER SUAS PREVISÕES DE VENDAS •

• COMO DESENVOLVER SUA LOGÍSTICA PARA ABASTECER AS GÔNDOLAS •

• COMO DEFINIR O SORTIMENTO E O USO DO ESPAÇO DAS GÔNDOLAS •

REALIZAÇÃO



COORDENAÇÃO E PRODUÇÃO

**Supermercado
Moderno**

PATROCÍNIO

Colgate®



APOIO

