

BDL DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA

Trocas

Champion:

Lóris Bigolin

Belts:

Anna Júlia Trela, Camilla da Silva, Carlos Polak, Gabriel Vieira, Isadora Lang, Luiza Tombini e Matheus Poland

BDL

Sobre a empresa:



- Há mais de 30 anos de experiência;
- Distribuindo em todos os canais de comercialização, produtos nos segmentos de alimento, higiene e limpeza;
- Sedes em Chapecó/SC, Palhoça/SC e São José dos Pinhais/PR;
- Foco em Palhoça que atende o litoral, parte da Serra, Vale e Alto Vale do Itajaí no Estado de Santa Catarina;

DEFINE

- Qual é o problema?

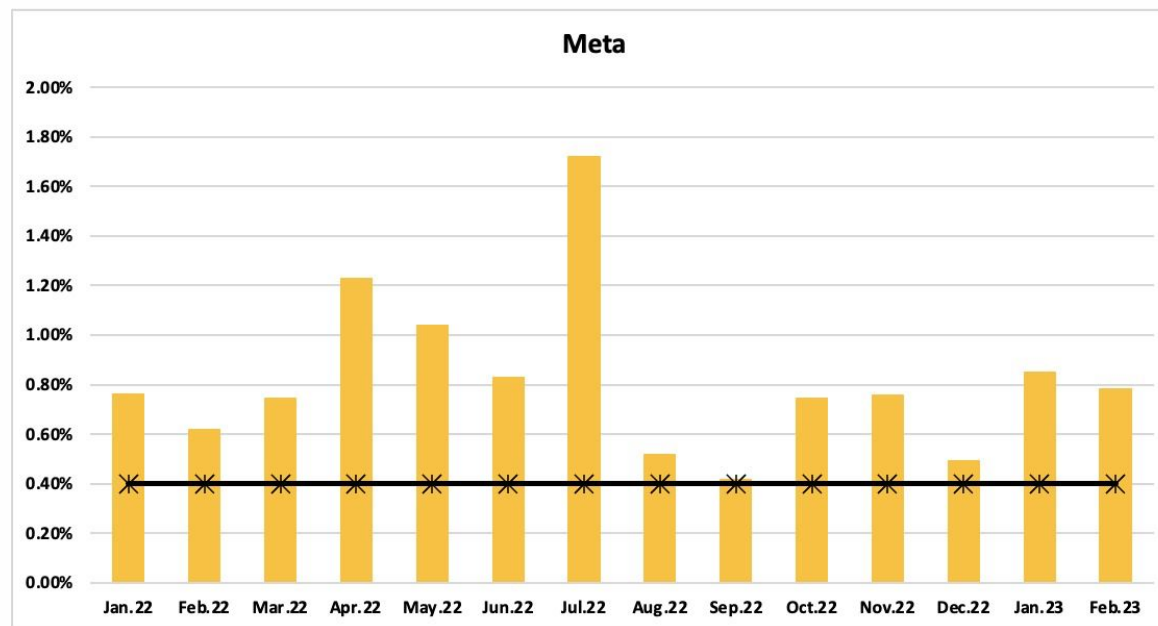
- O problema consiste no número de produtos impróprios para consumo recolhidos no cliente que devem ser retornados para a distribuidora. Após a reestocagem todos os produtos impróprios para consumo devem ser incinerados.

- Qual indicador utilizado?

FÓRMULA

Indicador monetário (%) = (troca/venda)*100

- Qual é o comportamento do indicador ao longo do tempo?

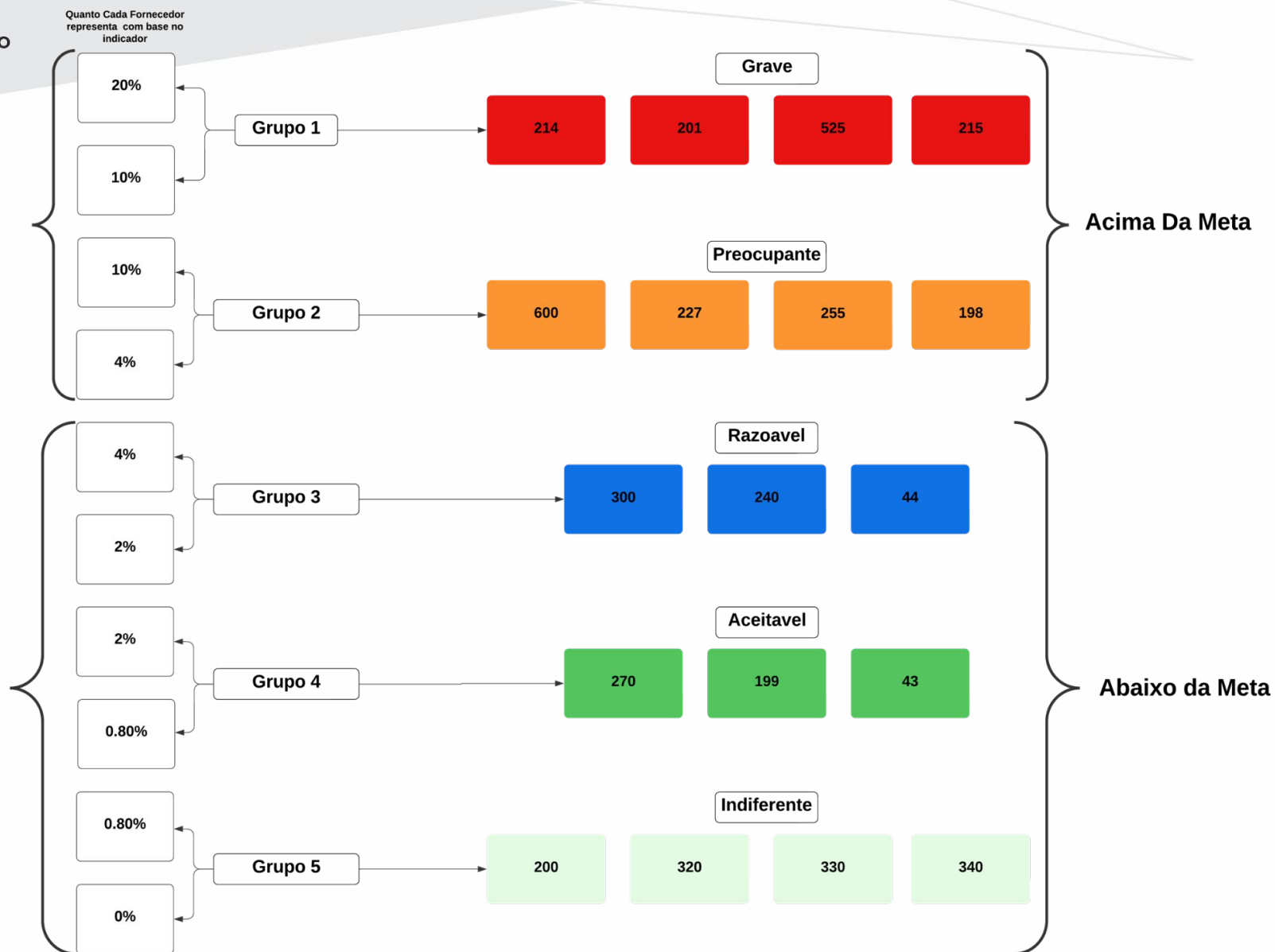


- Qual o objetivo?

O objetivo é reduzir o índice de trocas monetário mensal de 0,8% para 0,4% até 28/11/23

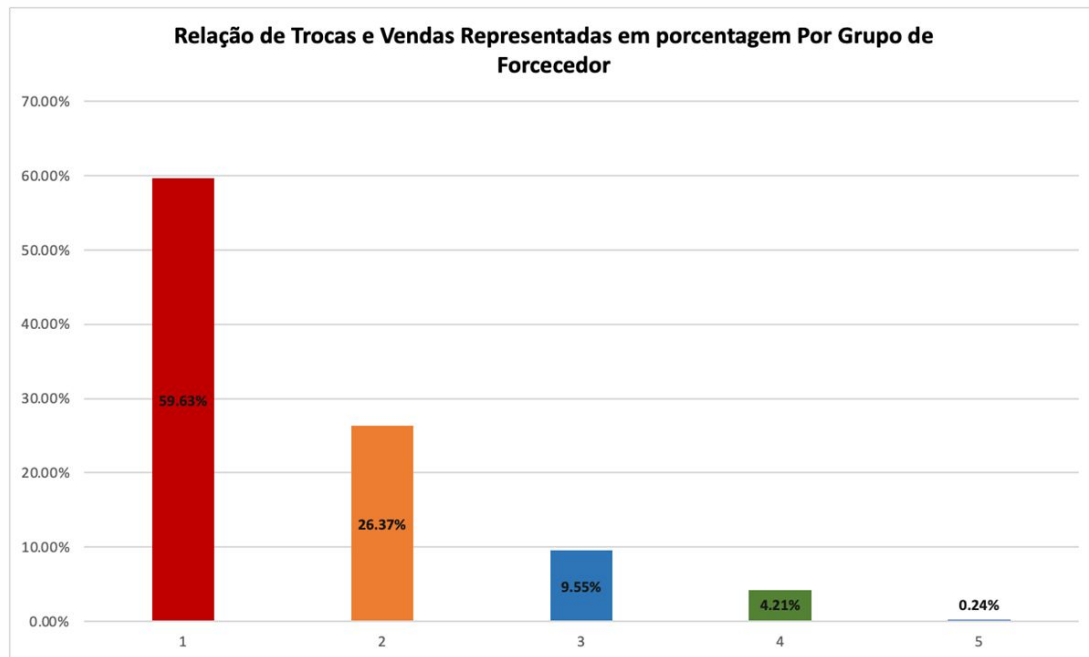
MEASURE

- **Como o problema pode ser estratificado?**
 - O problema pode ser analisado por 4 visões diferentes, sendo elas: fornecedor, produto, vendedor e cliente.
 - A análise foi realizada por fornecedor, uma vez que essa abordagem apresenta dados mais homogêneos e alinhados com os objetivos do estudo.
 - Para tornar a estratificação mais analítica, desenvolveu-se grupos de fornecedores (1; 2; 3; 4;) a partir do indicador e do peso monetário das vendas, assim conseguindo priorizar os de maior relevância,



MEASURE

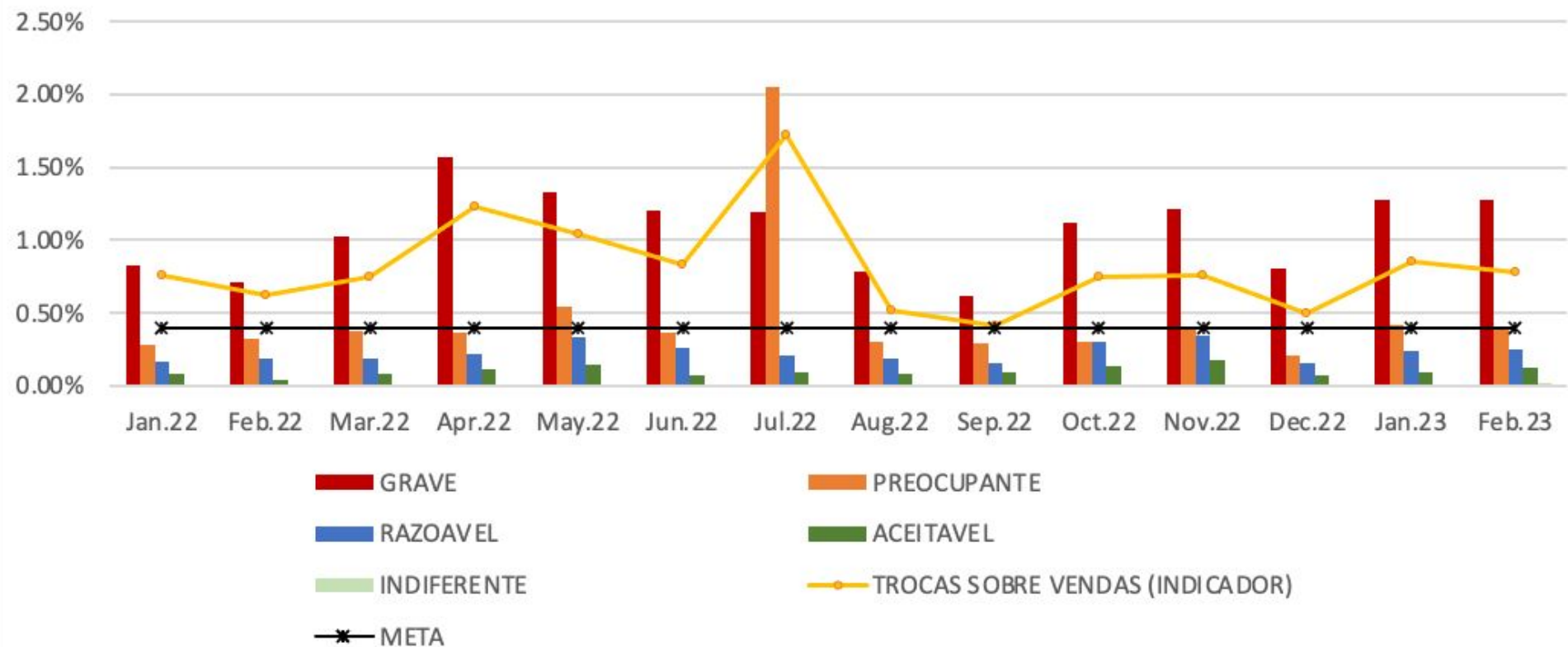
- **Quais são os problemas prioritários? Quais são as metas específicas para cada problema prioritário?**



A partir da estratificação feita, foram dadas notas aos grupos:

- 1 Grave: 214, 201, 525 e 215.
- 2 Preocupante: 600; 227, 255, 198;
- 3 Aceitável: 270, 199, 43;
- 4 Indiferente: 200, 320, 330, 340.

Categoria ou Grupo de Fornecedor



ANALYZE

Quais as causas
fundamentais?

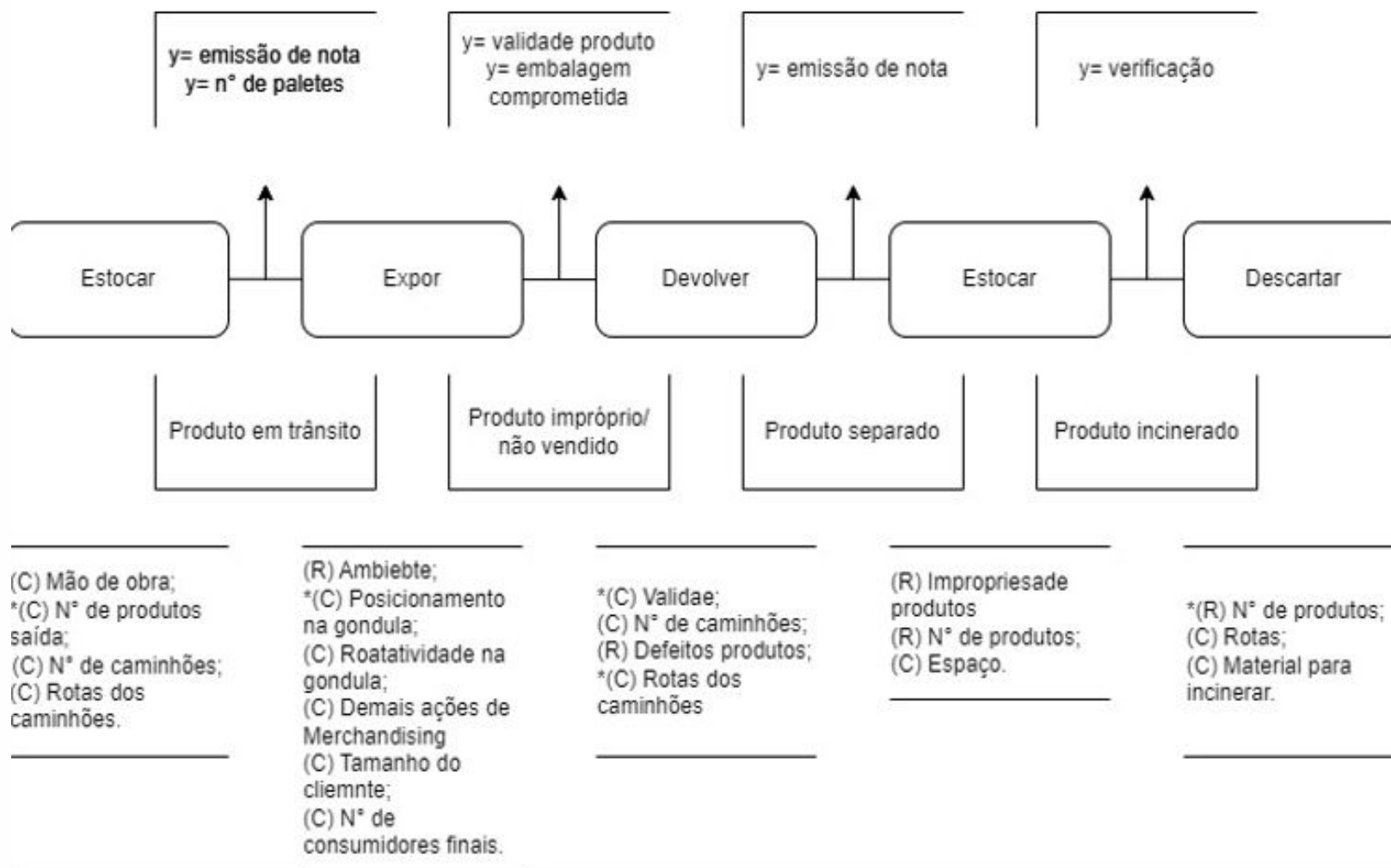


Coletadas através de visitas e
reuniões com gerentes e
representantes

Causa	Descrição	Evidências
Falhas no merchandising	Falha em ações e técnicas mercadológicas que envolvem a colocação de um produto no mercado buscando promover a venda	Falha no fator humano, as ações de venda observadas na prática, relações entre vendedores e clientes comprovam. (Via coleta qualitativa)
Venda excessiva de produtos	Venda superior a capacidade de giro do cliente, aliado com a compra excessiva de insumos apesar da demanda, da capacidade de venda do cliente. Possivelmente motivada por campanhas ou falta de compreensão da demanda. Desse modo pode-se concluir que ambas causas estão atreladas.	Falha planejamento de quantidades/ planejamento financeiro, ineficácia estudo de mercado, a quantidade de produto estornado fora da média comprova. (Via quantitativa, gráfico quantidade de vendas)

ANALYZE

Mapa de processos



Quais as soluções implementadas?

Soluções	Impactos
Manual de boas práticas ao promotor	Mudança na cultura de trabalho do promotor, maior eficiência nos processos;
Disseminação do BI	Maior entendimento sobre o indicador de retorno e suas consequências, possibilidade de medir o estoque em dias assim podendo realizar maior planejamento de vendas e compras
Aplicação do método KanBan de visualização	Apesar do curto período de implementação, foi possível ajudar a reduzir o indicador de trocas e alcançar a meta.

Quais as soluções implementadas?

Guia de Conscientização sobre FIFO e Boas Práticas para Reduzir Devoluções

Caro Promotor,

A qualidade do seu trabalho dentro das normas e layout definido por nossos fornecedores é de fundamental importância para o melhor giro dos produtos evitando assim trocas desnecessárias.

Esse layout tem base científica embasado em estudos com os shoppers (compradores) portanto deve ser implantado exatamente como está no material entregue.

1. Compreendendo o FIFO

FIFO (First in, First Out) significa que os produtos mais antigos devem ser vendidos primeiro, o primeiro produto a entrar deve ser o primeiro a sair, e para isso a **data de validade** deve ser analisada. Produtos com a validade mais perto do vencimento devem estar na frente das gôndolas e os produtos com a validade mais distante devem estar no fundo da gôndola, assim, ajudando a manter a qualidade e evitar desperdícios.

Preparação e Planejamento.

- **Revisão do Layout da Loja:** O consumidor, a concorrência normalmente acabam bagunçando a gôndola principalmente em dias de alto movimento, sempre revise o layout antes da reposição, até mesmo os repositores dos supermercados costumam apenas repor.
- **Verificação das demandas da Gôndola** (mercadorias a repor e buscar no depósito.

2. Organização e Reposição da Gôndola.

- **Conheça os Produtos:** Entenda as datas de validade e características específicas de cada produto que você promove.
- **Verifique as Datas:** Antes de reabastecer as prateleiras, verifique as datas de validade dos produtos existentes, caso as datas forem diferentes tire todos os produtos e reponha no fundo os produtos mais novos e os outros na frente, faça o FIFO
- **Rotina de Reposição:** Estabeleça uma rotina sistemática de verificação dos produtos abastecidos pelo funcionário do supermercado, validade dos produtos de fundos e frente.
- **Havendo divergência:** retire tudo e recoloque conforme a norma. Mantenha a ordem correta.

● **Manual de Boas Práticas do Promotor**

Conteúdo:

- Compreendendo o FIFO;
- Organização e Reposição da Gôndola;
- Técnicas de Merchandising para Produtos;
- Engajamento com o Cliente;
- Gestão Eficiente do Tempo na Loja;

[MANUAL DE BOAS PRÁTICAS.](#)

Quais as soluções implementadas?

Novembro/ Total: 4 Semanas					
Promotores	Score	Indicador	Meta	O que Fazer	
Carlos Nascimento	☆	1,78	-1,38	Reduzir Trocas	
Glademir Ramos	☆	1,48	-1,08	Reduzir Trocas	
Edson Redes	☆	1,28	-0,88	Reduzir Trocas	
Adayr Da silva	☆	1,02	-0,62	Reduzir Trocas	
Luciano chavier	☆	0,95	-0,55	Reduzir Trocas	
Carlos Eduardo	☆	0,89	-0,49	Reduzir Trocas	
Lissandra Tollmeiner	☆	0,88	-0,48	Reduzir Trocas	
Valtenir Danielski	☆	0,65	-0,25	Reduzir Trocas	
Geraldo Machado	☆	0,57	-0,17	Reduzir Trocas	
Juliana PoliCarpo	☆	0,50	-0,10	Reduzir Trocas	
Luana Alves	☆	0,45	-0,05	Reduzir Trocas	
Everaldo Bittencourt	☆	0,42	-0,02	Reduzir Trocas	
Fred Rosa	★	0,39	0,01	Aumentar Vendas	
Vago	★	0,36	0,04	Aumentar Vendas	
Aureo Dalfovo	★	0,33	0,07	Aumentar Vendas	
Cleber Angelos	★	0,32	0,08	Aumentar Vendas	
Tiago Sandrini	★	0,21	0,19	Aumentar Vendas	
Daiane Valeriano	★	0,13	0,27	Aumentar Vendas	
Media:		0,70			

KANBAN

Dezembro/ Total: 6 Semanas					
Promotores	Score	Indicador	Meta	O que Fazer	
Glademir Ramos	☆	1,36	-0,96	Reduzir Trocas	
Carlos Nascimento	☆	1,42	-1,02	Reduzir Trocas	
Luciano chavier	☆	0,92	-0,52	Reduzir Trocas	
Edson Redes	☆	0,89	-0,49	Reduzir Trocas	
Valtenir Danielski	☆	0,75	-0,35	Reduzir Trocas	
Carlos Eduardo	★	0,60	-0,20	Reduzir Trocas	
Adayr Da silva	★	0,58	-0,18	Reduzir Trocas	
Geraldo Machado	★	0,43	-0,03	Reduzir Trocas	
Everaldo Bittencourt	★	0,41	-0,01	Reduzir Trocas	
Lissandra Tollmeiner	★	0,42	-0,02	Reduzir Trocas	
Daiane Valeriano	★	0,40	0,00	Aumentar Vendas	
Juliana PoliCarpo	★	0,34	0,06	Aumentar Vendas	
Vago	★	0,31	0,09	Aumentar Vendas	
Aureo Dalfovo	★	0,28	0,12	Aumentar Vendas	
Fred Rosa	★	0,27	0,13	Aumentar Vendas	
Luana Alves	★	0,26	0,14	Aumentar Vendas	
Cleber Angelos	★	0,18	0,22	Aumentar Vendas	
Tiago Sandrini	★	0,17	0,23	Aumentar Vendas	
Media:		0,55			

CONTROL

Mês	Indicador 2022	Indicador 2023
mar	0,74%	0,73%
abr	1,23%	0,54%
mai	1,04%	0,61%
jun	0,83%	0,57%
jul	1,72%	0,58%
ago	0,52%	0,41%
set	0,42%	0,47%
out	0,74%	0,45%
nov	0,76%	0,36%

A meta foi atingida?

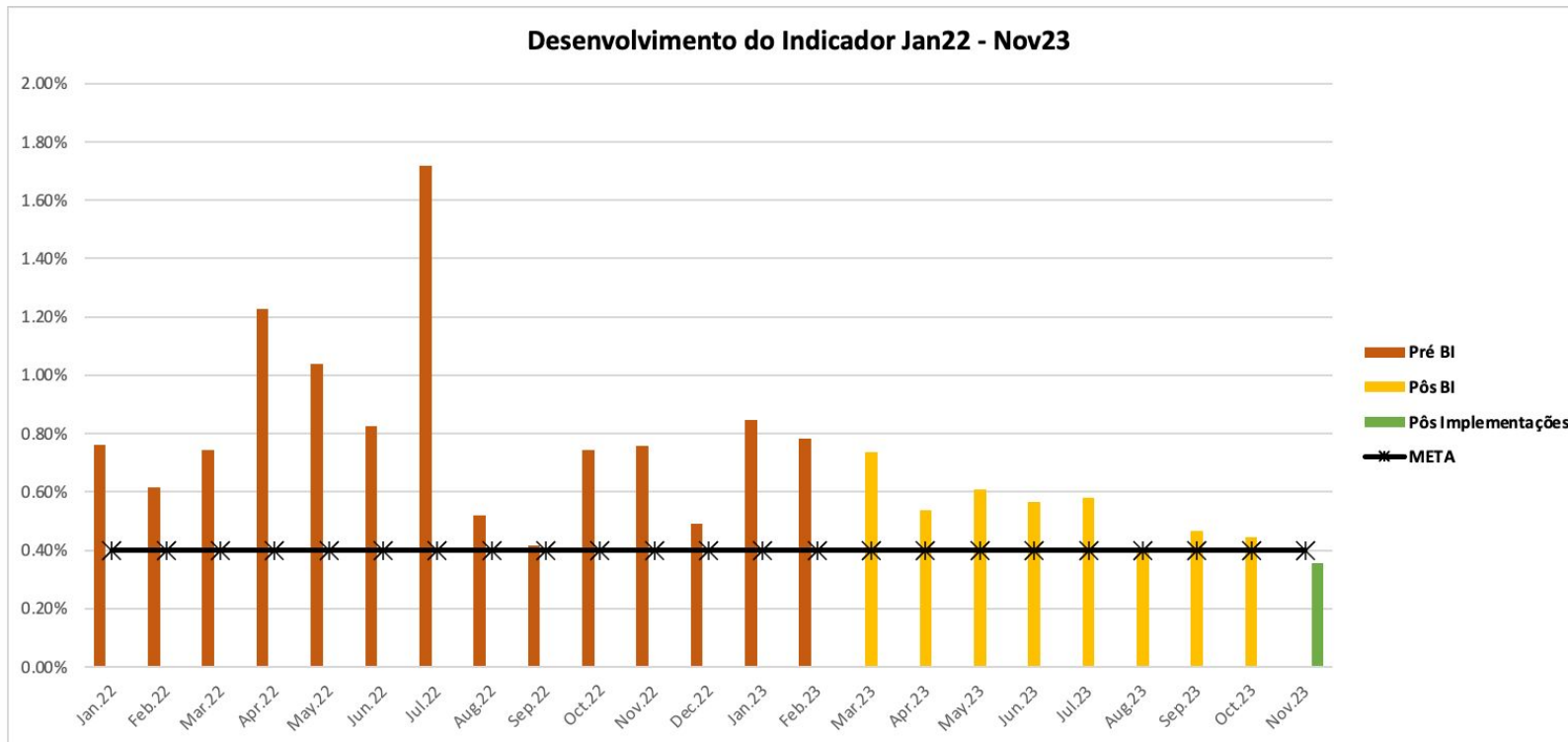


Sim!

- **Quais os principais aprendizados da equipe ao longo do projeto?**

Durante a evolução do projeto a equipe adquiriu conhecimento não apenas com o desenvolvimento do projeto em si, mas também com as habilidades profissionais.

- Trabalho em equipe;
- Problemas e situações inesperadas;
- Identificação de problemas e causas;
- Lidar com processos longos;
- Data visualization;



FAE / centro
universitário