



Sintec
CONSULTING

EL TERROR DE LOS COMPRADORES:

Los no **resurtibles**

Roberto Palacios - Socio de Sintec Digital, Sintec Consulting

Aralí Valderrama - Directora de Sintec Digital, Sintec Consulting



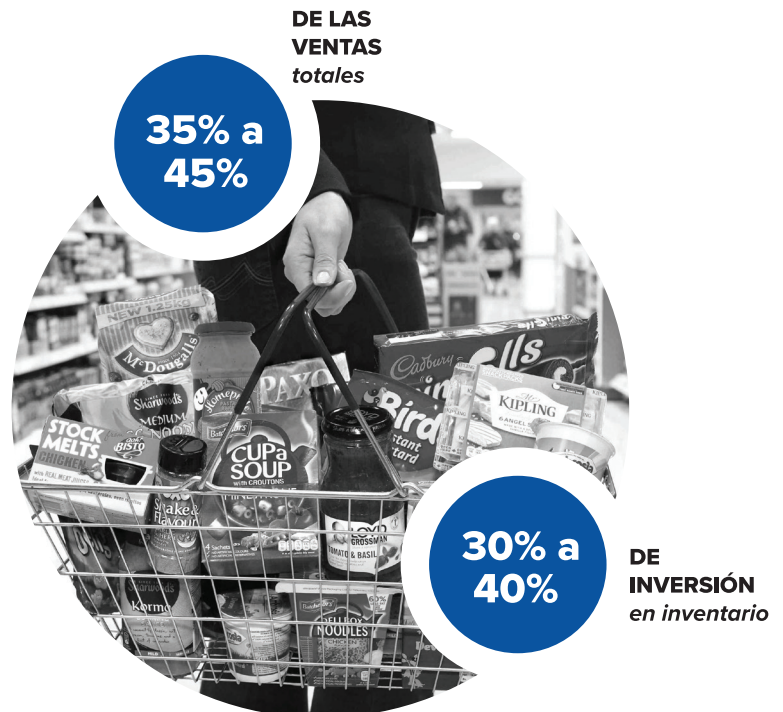


Lunes por la mañana y la única información que hay que comunicar es baja rotación del inventario, pérdida en el margen y baja rentabilidad en el piso de ventas. Esta es, sin duda, la peor pesadilla entre los compradores (buyers) responsables de adquirir **los no resurtibles** (también conocidos como in&out's, temporales o no catalogados) cada temporada.

Este escalofriante escenario no solo ocurre entre los ejecutivos de los supermercados de grandes superficies, también es una tortura para los líderes de compra de las tiendas departamentales, las de decoración, ropa o cualquier tipo de establecimiento que ofrezca artículos que tengan un ciclo de vida limitado.

Para los líderes de área encargados de las compras, el manejo de los productos no resurtibles es uno de los mayores retos que enfrentan, ya que, de acuerdo con estudios realizados por Sintec, estos pueden representar hasta el 45% de la venta total, terror en su máxima expresión.

La mayoría de los productos de temporada (Navidad, Día de Muertos, fiestas nacionales) o microtemporada (Día de las Madres, Super Bowl) como ropa, maquillaje, accesorios o decoraciones, se consideran no resurtibles ya que su ciclo de vida termina con la festividad y, con ello, las oportunidades para venderse, por lo que desplazarlos después se traduce en una merma en las ganancias que va de un 30 al 40% de la inversión de inventario, un riesgo elevado para las áreas de compra y un fuerte impacto para el negocio.



Los no resurtibles son una palanca para incrementar el margen y diferenciarse ante el consumidor.

Hacer visible lo invisible

En el transcurso de un año las temporadas y *microtemporadas* son muchas, sin embargo, más que fiestas, son el “infierno en la tierra” para los compradores de las cadenas minoristas. Algunos de los desafíos que los *buyers* tienen cada vez que una nueva temporada se acerca son:



Los clientes empiezan a comprar sus productos desde tiempo antes, ¿han notado que en septiembre ya hay grandes superficies cubiertas de adornos navideños en exhibición?



Durante las festividades, prácticamente en un par de semanas se debe vender todo lo comprado y distribuido (cubertería, platos y servilletas, etc.), porque después será obsoleto.



Se deben mantener los anaqueles llenos ya que, si el cliente no encuentra el producto que busca, las pérdidas pueden ser millonarias.



Colocar los productos y asegurar su resurtido en las áreas promocionales temporales como islas y cabeceras.



Cada vez que se inicia un nuevo ciclo de compra, todos los buyers enfrentan sus mayores temores: planear y distribuir las compras de todos sus productos no resurtibles, basándose en características de cada categoría, clase y familia, así como la segmentación de tiendas y productos por rango de precios que deben hacer.

Para despertar de esta pesadilla, **Sintec** creó **Mercante**, una herramienta que combina la analítica avanzada con la visión estratégica de la asesoría de negocios y da soluciones a las principales problemáticas de los compradores, capitanes de categoría y responsables de presupuesto de negocios de comercio al detalle.

Gracias a **Mercante**, el comprador tiene, en un solo proceso, recomendaciones que concilian las necesidades de compra, el presupuesto, las ventas y los espacios en las tiendas, todo esto de manera modular, incluso puede integrar la compra de los no resurtibles a los que sí lo son y maximizar el proceso.

De la oscuridad a la luz

Mercante es similar a un centro de control virtual que muestra indicadores comerciales tradicionales o simples datos, además genera recomendaciones optimizadas de compra y distribución, mediante analítica avanzada; integra las necesidades de compra, los presupuestos, objetivos de venta y el margen bruto a generar.

También enciende la luz en plena oscuridad al generar pronósticos de ventas, visualizar las necesidades de compra a futuro por medio de *Open to Buy* (una forma lógica y planeada de conseguir los objetivos de venta y rotación), además de la inversión del presupuesto necesaria y la forma de optimizar la distribución a las tiendas de acuerdo con las necesidades establecidas de cada una.

Mercante permite evaluar, de una forma muy eficiente y óptima, las promociones sugeridas por los proveedores y hacer contrapropuestas aún mejores para el negocio, al mezclar productos o volúmenes, siendo este tipo de decisiones la clave para lograr un mayor margen y rotación esperada del inventario. Estas decisiones aplican para ambos tipos de producto: resurtibles y no resurtibles.

Planear y ejecutar las exhibiciones promocionales es el siguiente paso en la cadena de éxito para el comprador que busca dominar al monstruo de los no resurtibles. A través de **Mercante**, será capaz de conocer la disponibilidad de espacios por tienda, departamento y pasillo con el fin de tener una visión centralizada que le permite establecer exhibiciones promocionales de forma inteligente y conocer en qué tiendas funciona la promoción de los productos (en términos de venta) o planear el inventario necesario para mantenerlas en el tiempo requerido.



Para enfrentar el miedo que generan los no resurtibles, es fundamental contar con el tipo de exhibición adecuada para la selección de productos y evaluar su desempeño para detonar posibles acciones correctivas en la ejecución de promociones.

Gracias a la información disponible sobre la integración con productos resurtibles y compras de oportunidad que ofrece esta solución, el buyer podrá planificar los resurtibles de otros sistemas que hayan generado el pronóstico y las compras, además de seleccionar aquellos en los que vale la pena invertir el presupuesto y cuáles se deben depurar.

Ciencia para vencer a los monstruos

La analítica avanzada que ofrece **Mercante** permite a los usuarios acceder a un cúmulo de datos únicos en la industria, es ciencia aplicada a vencer el terror de los no resurtibles, ya que, gracias a esta información, los responsables de área podrán resolver preguntas como: ¿cuántos tipos de tienda existen mezclando ventas, margen y ubicación?, ¿tipos de productos basados en las características de su categoría y punto de precio?, ¿en qué tienda se venden más estos productos?, ¿qué colores, gamas o texturas son las más exitosas en este u otro establecimiento?, entre otras.

Otro factor donde la analítica avanzada puede ayudar a las empresas es el aprovechamiento de los recursos tecnológicos en los centros de distribución o logística de los grandes almacenes, los datos que ofrece Mercante los hará más efectivos.

Al realizar este proceso, sin sombras ni decisiones dudosas, el comprador es capaz de reunir información, desde la planificación de la compra hasta la elección de qué hacer con los residuales y dónde colocarlos, por lo que tendrá un panorama claro y muy eficiente de su trabajo.

No importa cuánto necesite comprar si es Navidad, Día de Muertos o San Valentín, nunca más los no resurtibles estarán en sus pesadillas, ahora serán un proceso fácil y redituable.

El misterio resuelto de los no resurtibles

La cura a esos días de angustia y miedo para los buyers tienen su fin gracias a esta solución adaptable a cada una de las empresas y que se implementa junto a un equipo de especialistas que habilitan y hacen más sencillos los procesos, lo que crea un círculo virtuoso que integra a las personas y la tecnología de la información.



Utilizar herramientas de planeación como Mercante puede ahorrar hasta un 60% de tiempo dentro del ciclo de planeación, compras y distribución.

Mercante es una herramienta tan innovadora que además de permitir al comercio detallista tener una visión completa de sus productos promocionales o no resurtibles, es la única que te ayuda a tomar mejores decisiones sobre en qué tiendas de la cadena es mejor colocar tal o cual productos en las islas y mostradores para que cumplan su función y pedir sólo el resurtido que se necesitará.

¿Quieres saber más? ¡Contáctanos! <https://sintec.com/contacto/>

5

Acerca de los autores



Roberto Palacios,
Socio de Sintec Digital
roberto.palacios@sintec.com

Ha liderado procesos transformacionales en empresas líderes de Latinoamérica en industrias de consumo, construcción y retail. Como líder de Sintec Digital, es el responsable del desarrollo y ejecución de estrategias innovadoras en la cadena de valor, basadas en analítica avanzada y en productos digitales.



Aralí Valderrama,
Directora de Sintec Digital
arali.valderrama@sintec.com

Con más de 25 años de experiencia profesional, Aralí ha desarrollado habilidades clave para la innovación y la excelencia en minería de datos, planeación estratégica, logística y calidad. Como Directora de Sintec Digital, está orientada a la aplicación lógica, resolución de problemas de forma analítica y con un enfoque disruptivo.

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SAO PAULO / CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com



 @Sintec  /SintecConsulting  @WeAreSintec  @Sintec_