

Cómo lograr la máxima eficiencia en ventas durante la campaña de rebajas



Contar con la información correcta es fundamental para mejorar la cadena de suministro y maximizar beneficios.

Las rebajas pasadas, los minoristas del sector de la moda actuaron con cautela para evitar caer en los excesos de stock que tantos problemas les habían causado durante ese mismo periodo

en 2008. En la mayoría de los casos la prudencia surtió efecto y consiguieron vender la mayor parte del stock con menores descuentos y sin apenas remanentes. Las rebajas y la época de Reyes son tiempos en que los minoristas pueden recuperar y ampliar en gran medida sus márgenes y, por ello, resulta esencial disponer de la mercancía y optimizar las ventas con un estricto control del stock. De cara a las rebajas de 2011, ¿qué actitud adopta el sector ante la temporada comercial por excelencia? En general, los minoristas se agrupan en dos bandos: aquellos que han decidido aumentar sus niveles de stock y los que han optado por mantener inalterados los niveles del año pasado.

Algunos creen que tras una buena trayectoria durante el año, el periodo comercial de rebajas seguirá siendo satisfactorio. Otros opinan que se ha de extremar la prudencia.

Sea como sea, poseer el stock adecuado en el lugar y el momento precisos es más importante que nunca por estas fechas. Desde que empezó la crisis y ahora, con el incremento del IVA en España, algunos consumidores tienden a ir menos a las tiendas. Por eso los minoristas tienen solo una ocasión para conseguir una venta, así que es imprescindible que dispongan de los productos que los clientes quieren cuando entran en su establecimiento. Contar con la información correcta es fundamental para mejorar la visibilidad de los productos en la cadena de suministro y maximizar beneficios. Los avances tecnológicos, como la identificación por radiofrecuencia (RFID), están allanando el camino para que esto ocurra. Un estudio realizado por la Universidad de Harvard muestra que los volúmenes de inventario que manejan los minoristas son inexactos en un 65% y la mercancía está fuera de stock

en un 10% de situaciones. Es una estadística impactante, que pone de relieve que los minoristas están gestionando su inventario de manera frecuente con datos inexactos. No hay razón alguna, y menos tecnológica, para reducir el inventario. Existe un amplio abanico de soluciones que permiten tener una visibilidad completa en tiempo real de las operaciones, desde la fábrica hasta el punto de venta. Una de las claves es pronosticar la demanda y para ello se han de mirar los resultados de 2009, junto con los resultados económicos de su área particular. También se pueden comparar las ratios propias de 2009 con los resultados

del Barómetro Mundial del Hurto en el Retail, que

analiza los niveles de hurto por sector, país y producto. Al observar las tendencias

de la pérdida y las ventas, los minoristas pueden anticipar con bastante precisión la demanda.

Es esencial conseguir una visibilidad completa de la cadena de suministro para garantizar que se están distribuyendo los productos adecuados en el momento correcto y que no hay pérdida en ninguna parte del proceso.

Este estricto seguimiento reduce la logística inversa, que es costosa, y si se hace bien se logran evitar los errores de última hora.

Esto puede lograrse gracias a la evolución de tecnologías como la RFID. Por ejemplo, el etiquetado en origen con RFID por parte del fabricante proporciona una visibilidad absoluta de

la cadena de suministro, lo que permite a los minoristas planificar mejor y rectificar cualquier error antes incluso de que los productos entren en su propia cadena de suministro. Es obvio que, aplicando esta tecnología, se reducen enormemente los costes para el minorista. ●



MARIANO TUDELA
Director General para el Sur de Europa
de Checkpoint Systems España
www.checkpointsystems.es