



O varejo físico brasileiro enfrenta um fantasma silencioso que drena margens de lucro de forma invisível.

Michel Jasper (*)

Este rastro de ineficiência operacional, que inclui erros de estoque e quebras no ponto de venda, custa caro: anualmente, o varejo brasileiro acumula uma perda de R\$ 42,1 bilhões em faturamento por desperdícios operacionais e quebras no ponto de venda, segundo dados oficiais da Abrappe. Durante anos, a digitalização dos supermercados e grandes redes varejistas concentrou-se na robustez dos sistemas de gestão integrada (ERPs). Acreditava-se que, ao colocar toda a operação sob o guarda-chuva de um software robusto, o controle de estoque estaria resolvido. No entanto, o que vemos hoje nos corredores e gôndolas é um verdadeiro "apagão de dados": um abismo operacional entre o que o sistema diz que existe e o que o cliente realmente encontra para comprar.

O catalisador dessa crise silenciosa é a falta de visibilidade em tempo real. O ERP funciona como o cérebro financeiro e fiscal da empresa, mas ele é cego para a dinâmica caótica do ponto de venda (PDV). É o chamado "estoque fantasma", em que, para o sistema, a mercadoria está disponível, mas, para o consumidor frustrado diante da prateleira vazia, ela simplesmente não existe.

O resultado? Venda perdida, insatisfação do cliente e perda de competitividade. Pesquisas históricas de comportamento de consumo originadas pela



Michel Jasper

“O ERP funciona como o cérebro financeiro e fiscal da empresa, mas ele é cego para a dinâmica caótica do ponto de venda (PDV).”

Divulgação

NielsenIQ apontam que, diante da falta de um item planejado, cerca de 40% dos consumidores optam por comprar o produto em uma rede concorrente ou simplesmente desistem da compra, ferindo diretamente a fidelidade à marca.

Até pouco tempo atrás, o varejo aceitava essa distorção como um "custo inevitável de fazer negócios", tentando compensá-la com auditorias manuais lentas e propensas a erros. Hoje, esse cenário mudou drasticamente. O prejuízo do varejo brasileiro com perdas operacionais e ineficiências internas atingiu a marca histórica de R\$ 42,1 bilhões, crescendo a uma velocidade de 15,3% ao ano, um ritmo muito superior à própria expansão de faturamento do setor (6,4%), segundo a Associação Brasileira de Prevenção de Perdas (Abrappe).

O grande gargalo das grandes redes não é a falta de dados, mas sim a latência e a desconexão desses dados na ponta da operação. Ao não sincronizar o inventário lógico (sistema) com a execução física (gôndola), o varejista cria decisões de compra distorcidas: Deixa de reabastecer o que realmente vende, acumula capital de giro em produtos parados e gera frustração na jornada de compra do consumidor, que migra para o concorrente.

A resposta para esse conflito é simples: o ERP não consegue enxergar o que acontece na loja em tempo real. Por isso, ele precisa trabalhar junto com plataformas que monitoram a execução e transformam o que acontece no chão de loja em informação para decisão.

Elas não buscam substituir o ERP, mas sim alimentá-lo com a verdade de gôndola, fechando o ciclo de visibilidade de ponta a ponta, criando um ecossistema.

Para as lideranças do varejo e diretores de operações (COOs), o momento exige pragmatismo estratégico. O ERP continuará sendo a espinha dorsal corporativa, mas a batalha pela preferência do consumidor é vencida no metro quadrado da gôndola. O futuro do varejo físico pertence a quem conseguir traduzir dados sistêmicos em ação imediata no ponto de venda, transformando o estoque invisível em faturamento real.

Fundap CANVA



(*) CEO e Fundador da Web Jasper, Michel Jasper é um especialista em varejo e ponto de venda (PDV) com foco em resultados de alto impacto e eficiência operacional.