

AUTOMAÇÃO COMERCIAL

O QUE É?

É preciso não confundir "automação comercial" com "informatização na empresa". Há empresas que já se utilizam de recursos de computação e que somente agora estão implantando automação comercial. Outras, que se automatizaram a partir das bocas-de-caixa, não pensam ainda em ter seus computadores. Mas a tendência é a integração final.

A automação comercial caracteriza-se basicamente pela instalação, nos locais onde se efetuam as transações entre os clientes e o estabelecimento, de equipamentos capazes de registrar, calcular, exibir e imprimir dados, e, especialmente, capturar os dados negociais e armazená-los em meios compatíveis para processamento imediato ou posterior. Dotados destas características, tais equipamentos podem ser denominados ponto-de-venda ou PDV's.

POR QUÊ?

O dinamismo e o vulto das transações comerciais de hoje não aconselham confiar em intuição. Você deve controlar rigidamente o que compra, o que recebe e mantém em estoque, o que vende, como anda o crédito, quanto custa ou deveria custar isto tudo. São operações onde uma falha de avaliação pode gerar prejuízos.

E o uso correto dos recursos como o "PDV" que diferencia as empresas que sabem das empresas que apenas supõe.

QUANDO?

Tudo em automação comercial tem sua hora certa. Identificar o estágio atingido pela empresa e avaliar corretamente suas necessidades de controle determinarão a conveniência de automatizar. É importante notar, no entanto, que tal identificação não está condicionada ao porte da Empresa.

Os recursos para automação comercial estão disponíveis para a pequena, a média e a grande empresa. Mas é nesta última que os benefícios são mais evidentes, dado o volume e a complexidade das suas transações.

ONDE?

Automação comercial se inicia pelo "ponto-de-venda": pelos caixas do ambiente de vendas e/ou pelos caixas recebedores. Neste ponto as alternativas de equipamentos vão desde "caixas registradoras eletrônicas com captura de dados" (os chamados sistemas "off-line") até os "Terminais ponto-de-venda" ou ainda aos PDV's com recursos adicionais, como por exemplo para transferência eletrônica de fundos (TTF).

QUANTO?

É importante analisar o custo e o benefício a ser auferido. Um projeto de automação pode representar investimentos consideráveis. Dependendo da seleção do fornecedor, o comerciante terá maior ou menor condição de analisar claramente os diversos componentes do sistema. Os comerciantes deverão poder optar por uma implantação gradual, substituindo suas caixas registradoras tradicionais por novos equipamentos PDV (que, aliás, começam custando quase o mesmo) e verificar se os PDV's já estão prontos para "migrarem" aos estágios mais avançados. Deverá ter à disposição soluções "modulares" que cresçam ou diminuam pela inclusão ou supressão de módulos opcionais. Olhados desta forma, os benefícios advindos de um melhor controle de estoques, de um fluxo de capital mais estável e de preços mais realistas, gerarão resultados que compensarão os investimentos em automação comercial.

COMO?

Quem melhor pode ouvir e analisar suas necessidades são os fornecedores. Trate do assunto abertamente com quem entende e resolve. Evite adaptações e experiências. Mas exija esclarecimentos sobre o suporte e a assistência técnica. Verifique a modularidade dos equipamentos e a disponibilidade de abertura dos programas aplicativos de forma a não ficar "amarrado" ao fornecedor. Existe um plano que se encaixa exatamente no seu caso.

Melhor ainda, consulte a Racimec.

