

capacidade também foi ajustada em dois pontos no ano para refletir as amplas mudanças na demanda (política de acompanhamento da demanda). Ainda assim o ajuste da capacidade não é suficiente para evitar totalmente a formação de estoques (política de capacidade constante).

Entendendo a Mensagem⁴

As companhias que operam tradicionalmente em mercados sazonais podem demonstrar ingenuidade considerável em suas tentativas de desenvolver produtos contra-sazonais. Um dos mais bem-sucedidos setores a esse respeito foi o de cartões de felicitações. Dia das Mães, Dia dos Pais, das Bruxas, dos Namorados e outras ocasiões têm sido promovidas como épocas para enviar (e comprar) cartões. Agora, tendo ficado sem ocasiões para promover, os fabricantes de cartões de felicitações mudaram para cartões “sem ocasião”, que podem ser enviados a qualquer momento. Esses têm a considerável vantagem de ser menos sazonais, tornando assim menos marcada a sazonalidade das empresas.

Hallmark Cards, líder de mercado na América do Norte, foi pioneira no desenvolvimento de cartões sem ocasião. Seus cartões incluem pensados para ser enviados de pais para filhos com mensagens como “Um grande abraço ajudaria?” ou “Sinto muito pelo que aconteceu” e “Você é maravilhoso(a) – seu quarto é que é uma bagunça”. Outros cartões apresentam temas adultos mais sérios, como amizade (“Você é mais do que um amigo, é como família”) ou mesmo alcoolismo (“É difícil dizer, mas acho você uma pessoa muito mais legal quando não está bebendo”). Quaisquer que sejam esses produtos, não são sazonais!

Questões

1. Quais parecem ser as vantagens e desvantagens da estratégia adotada pela Hallmark Cards?
2. Que mais poderia ser feito para enfrentar a flutuação de demanda?

Gestão do rendimento