



# ESTUDIO DE FALTANTES DE MERCADERÍA EN GÓNDOLA

¿CÓMO ESTÁN LAS GÓNDOLAS HOY ?



FMG VII  
2008



ECR  
ARGENTINA

- 1. DEFINICIONES GENERALES**
- 2. DATOS GENERALES**
- 3. MOTIVOS/CAUSAS**
- 4. ENCUESTAS CONSUMIDOR**



# Cronograma de Medición

21 de Junio se levanta el paro.

CRONOGRAMA DE MEDICIÓN							
CIUDADES/DÍA	02-06-08 AL 06-06-08	09-06-08 AL 13-06-08	16-06-08 AL 20-06-08	23-06-08 AL 27-06-08	30-06-08 AL 04-07-08	07-07-08 AL 11-07-08	14-07-08 AL 18-07-08
CAPITAL							
GBA							
MENDOZA							
NEUQUÉN							
TUCUMÁN							
GENERAL ROCA							
BAHIA BLANCA							
CORDOBA							
ROSARIO							

## ¿Qué es un FMG?



**Todo producto que no pueda ser localizado por el Consumidor final en su lugar habitual de exhibición en el salón de ventas**

**(Exhibición primaria)**



## Dimensiones del Estudio

**11 Cadenas**

**801 Proveedores**

**10.262 Referencias**

**Cap. Federal y GBA - Rosario**

**Córdoba - Mendoza - B. Blanca**

**Neuquén – Tucumán – Gral. Roca**

**3 Visitas aprox./Local**

**273.000 Mediciones**

**4.300 Encuestas a Consumidores**



# Cadenas Participantes

 **CORDIEZ**

 **COOPERATIVA  
OBRERA  
SUPERMERCADOS**  
Los asociados controlan sus propias actividades

 **Best**

 **JUMBO**

 **WAL\*MART**

 **LA ANONIMA**

 **Carrefour**

 **DISCO**

 **Libertad**

 **plaza  
vea**

 **Super  
VEA**  
ESTA ES TU CASA

**11 CADENAS**

# Proveedores Participantes



11 PROVEEDORES

## Número de Locales

- SUPER VEA 17
- CARREFOUR 14
- CORDIEZ 10
- LA ANONIMA 9
- DISCO 8
- C. OBRERA 8
- WAL MART 7
- LIBERTAD 6
- JUMBO 4
- PLAZA VEA 1

**84 LOCALES**



**44 LOCALES**

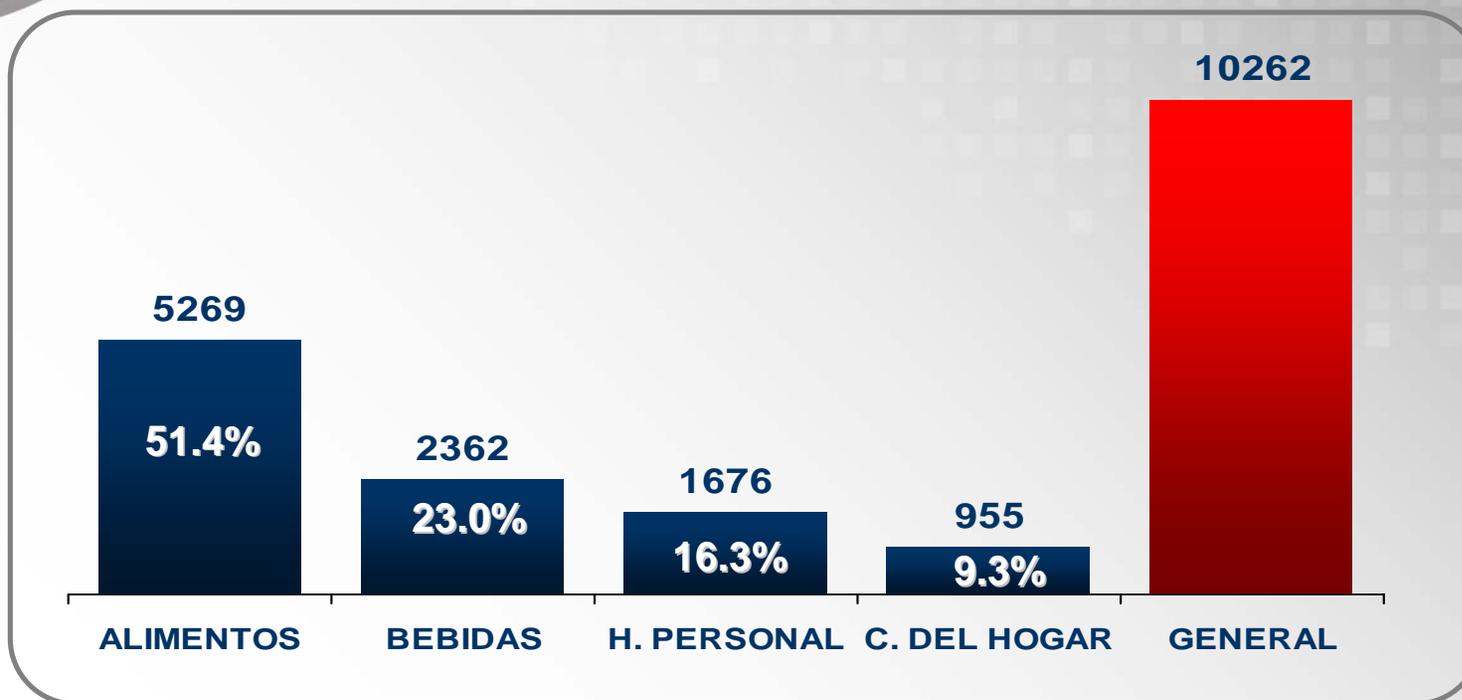
- DISCO 15
- CARREFOUR 13
- BEST 9
- JUMBO 4
- PLAZA VEA 2
- WAL MART 1

- CARREFOUR 19
- DISCO 10
- JUMBO 7
- WAL MART 4
- PLAZA VEA 3

**43 LOCALES**

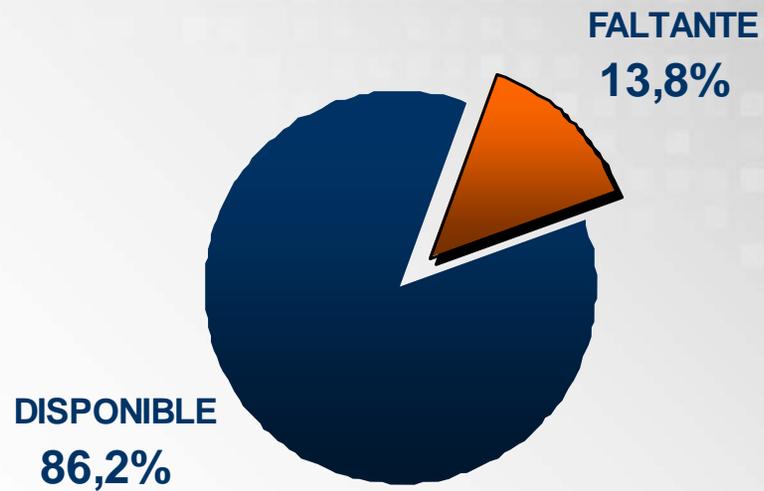
**TOTAL LOCALES 171**  
**3 VISITAS**

## FMG Referencias por Categoría



- **REFERENCIAS POR CATEGORÍA**
- **PORCENTAJES**
- **EVOLUCIÓN PORCENTAJE ANUAL**
- **PORCENTAJES POR VARIABLES**



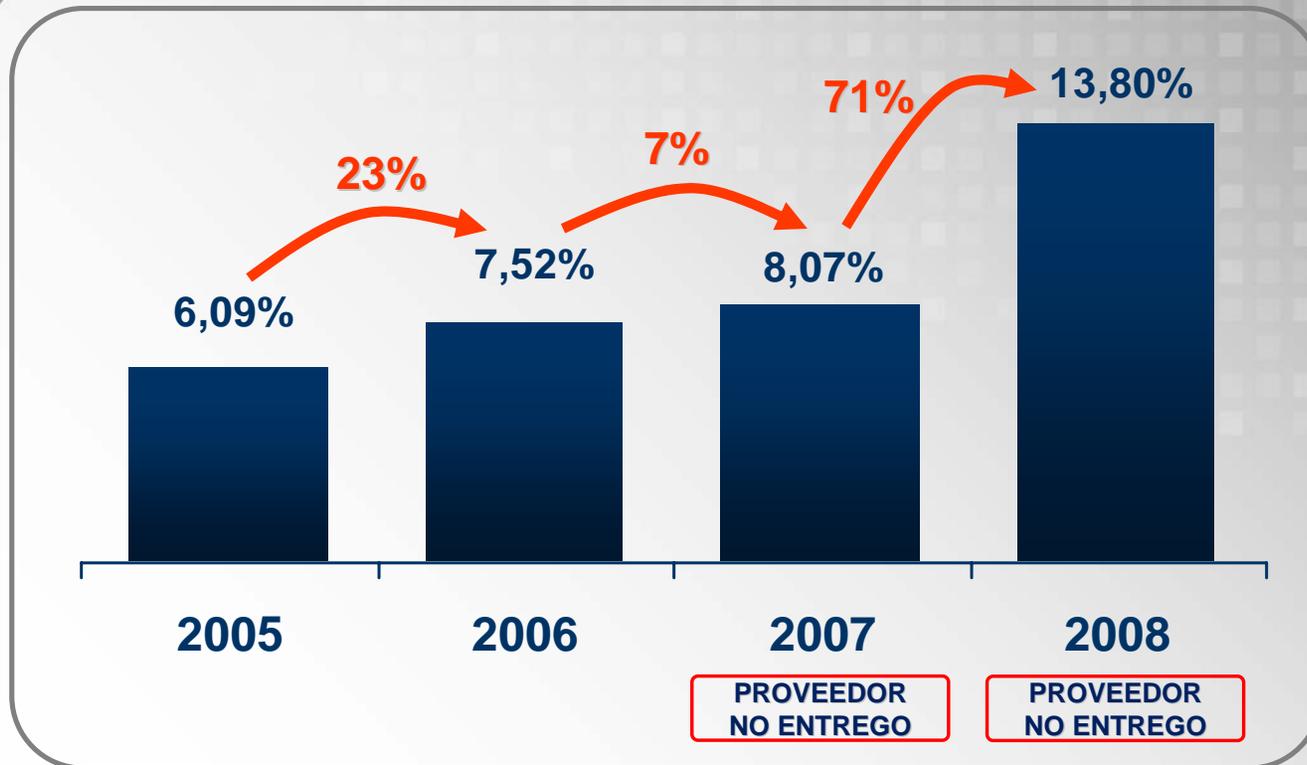


**MEDICIONES 273.028**

**FALTANTES 37.803**



# FMG Evolución Anual



Motivo + alto

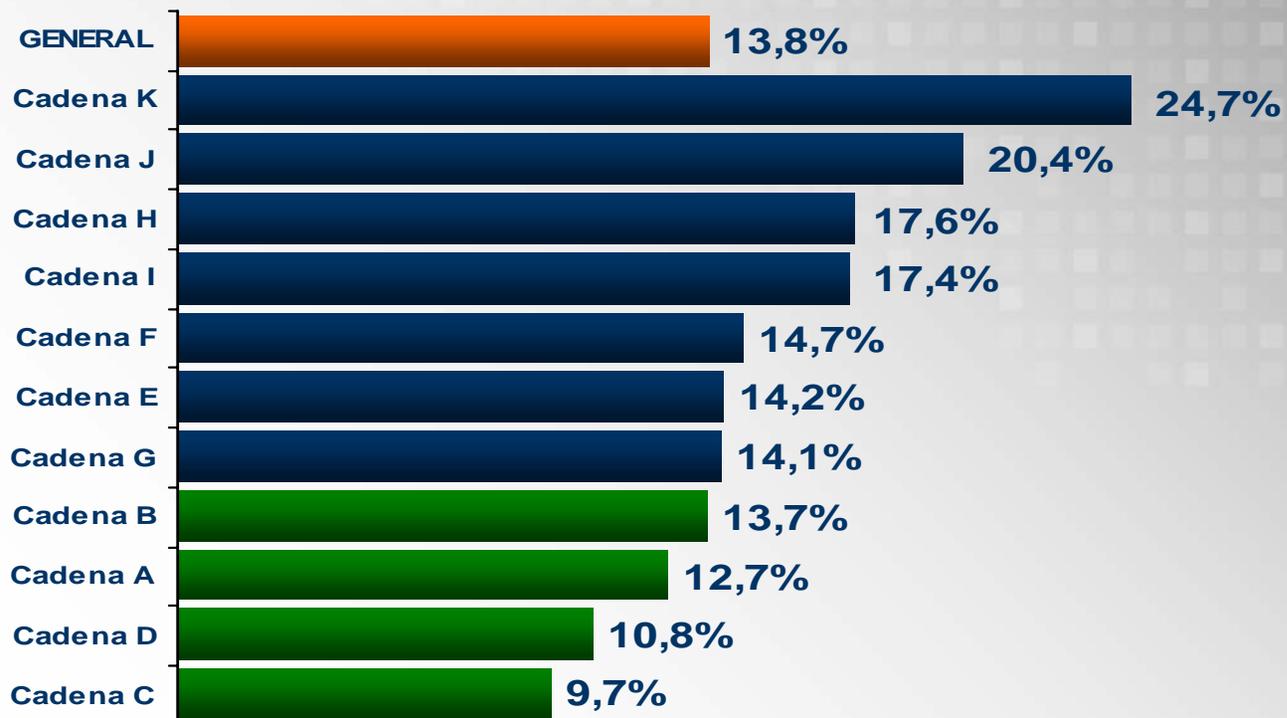
MEDIDOS 2007: 575.539  
FALTANTES 2007: 46.434

MEDIDOS 2008: 273.028  
FALTANTES 2008: 37.803

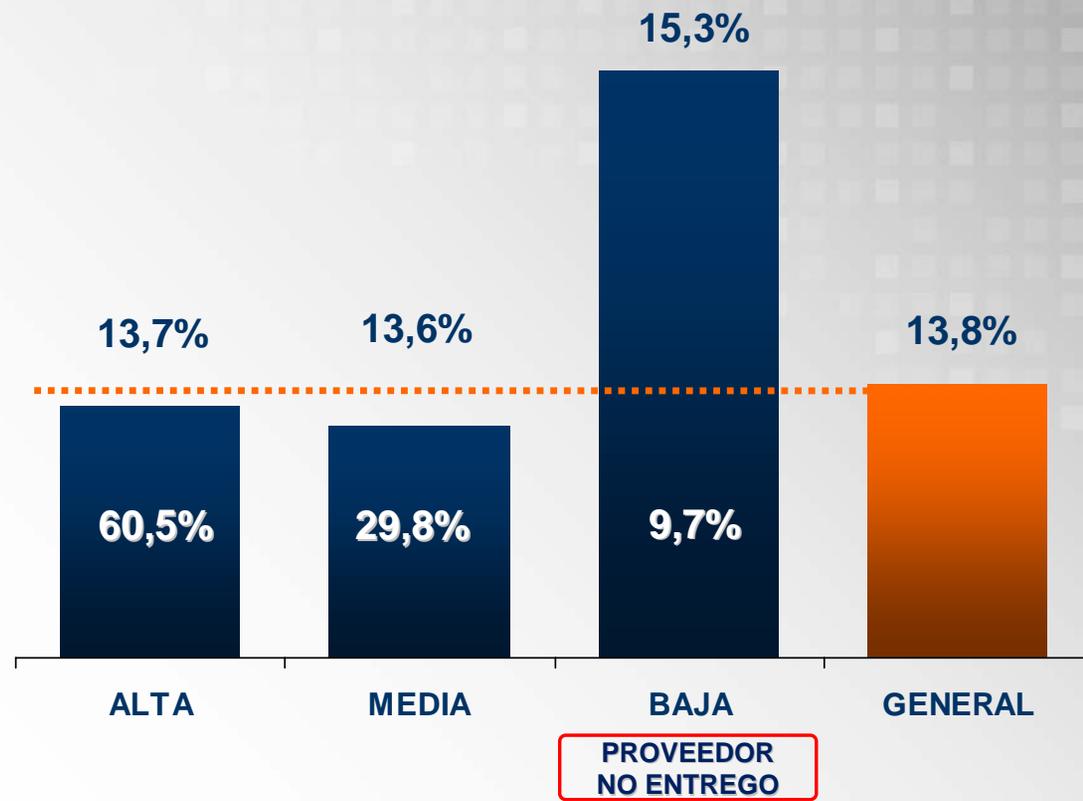
FMG VII  
2008



## FMG por Cadena



## FMG por Rotación



Motivo + alto

# FMG por Tipo de Entrega

**CENTRALIZADA**

**68,2%**



**13.6%**

**PROVEEDOR**

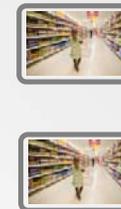
**CD**

**LOCALES**

**PROVEEDOR  
NO ENTREGO**

**DIRECTA**

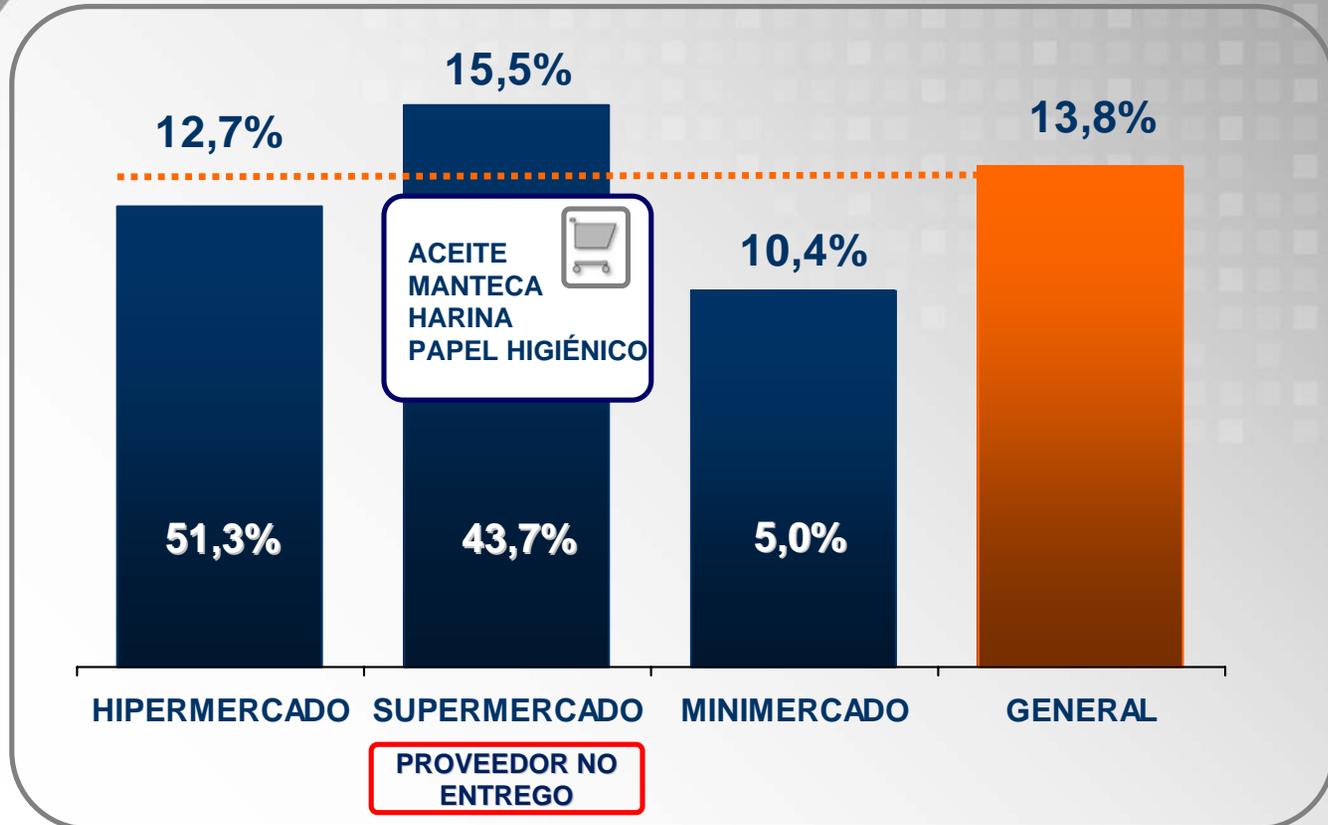
**31,8%**



**14.3%**

**Motivo + alto**

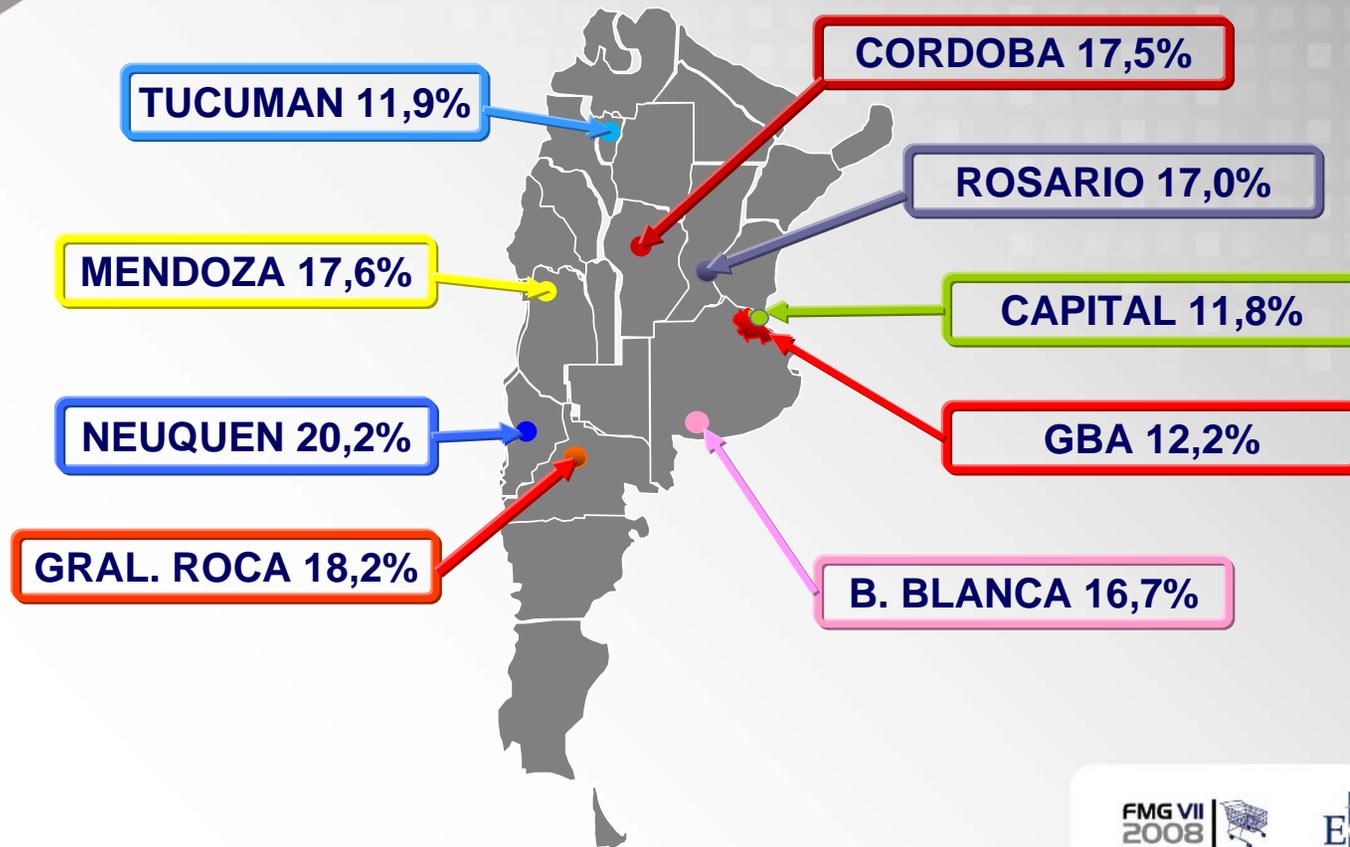
## FMG por Tamaño del local



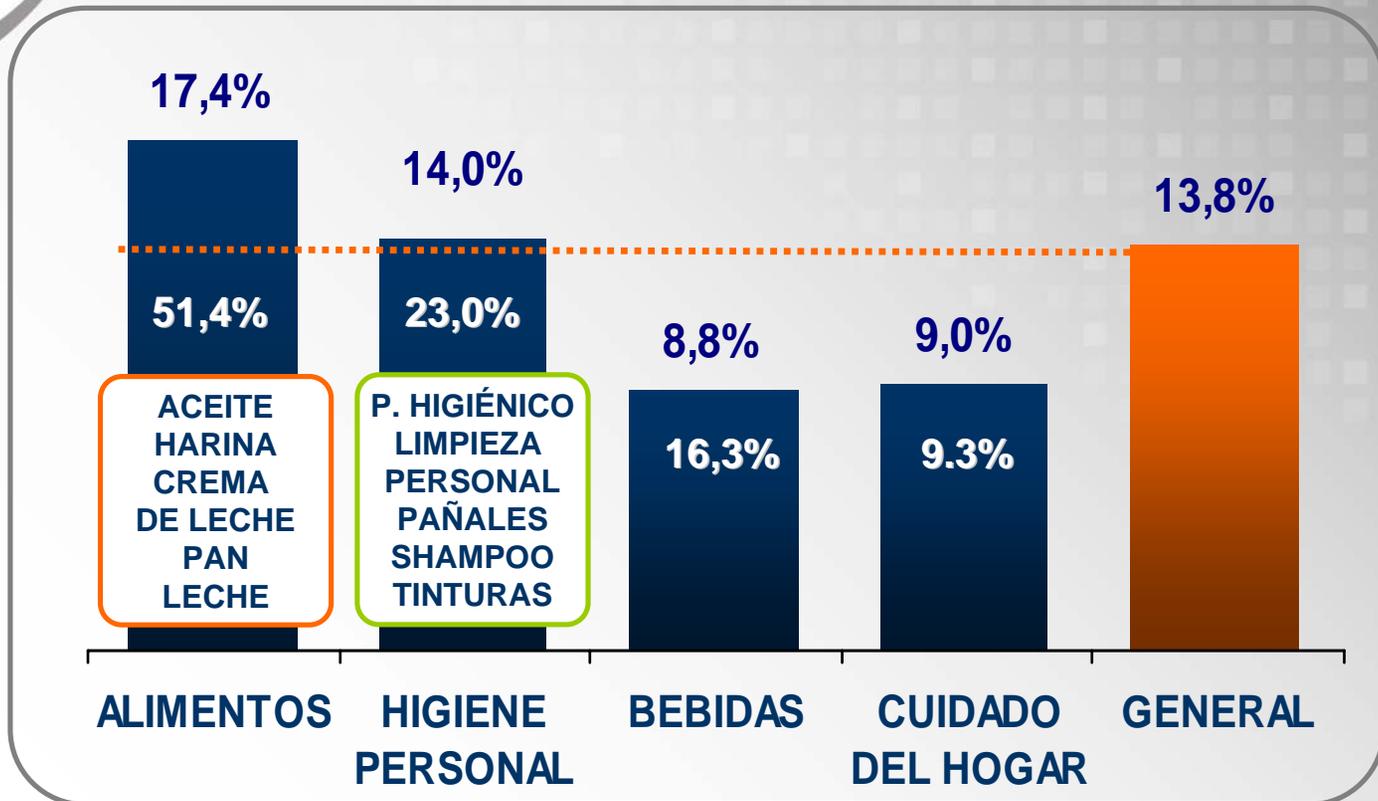
Motivo + alto

Categorías + altas

## FMG por Zona



## FMG por Familia de Productos

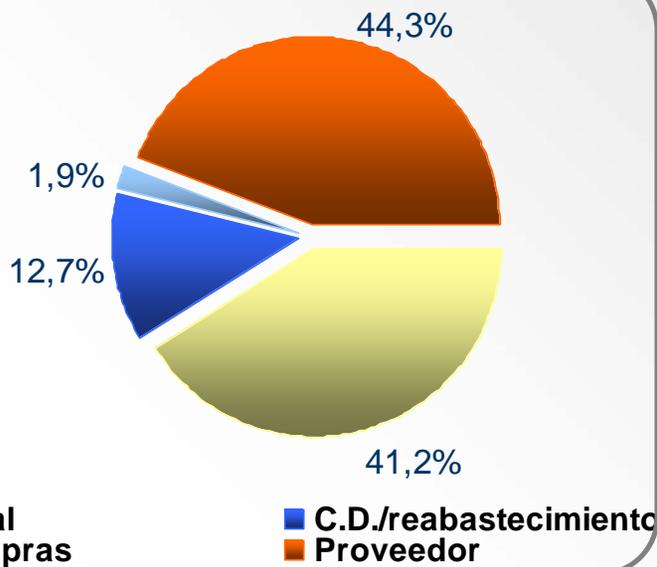




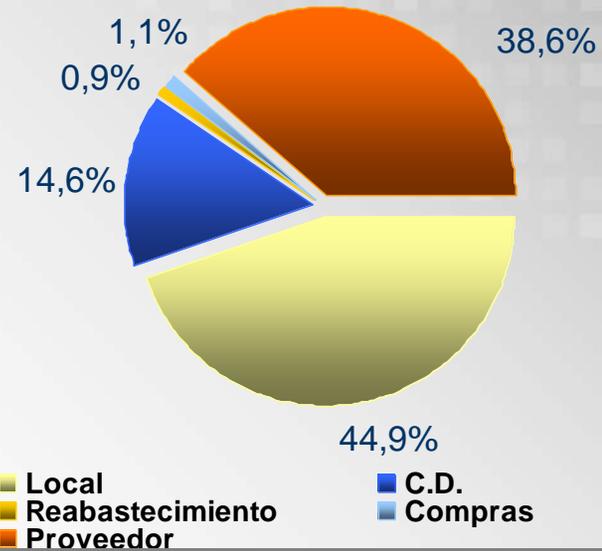
- QUIENES SON LOS RESPONSABLES DE LOS ESPACIOS VACIOS EN LAS GÓNDOLAS ?
- POR QUE RAZÓN EL PRODUCTO NO LLEGA AL CONSUMIDOR ?

# FMG Peso por Responsable

MOTIVOS 2007



MOTIVOS 2008



# FMG Peso por Motivos

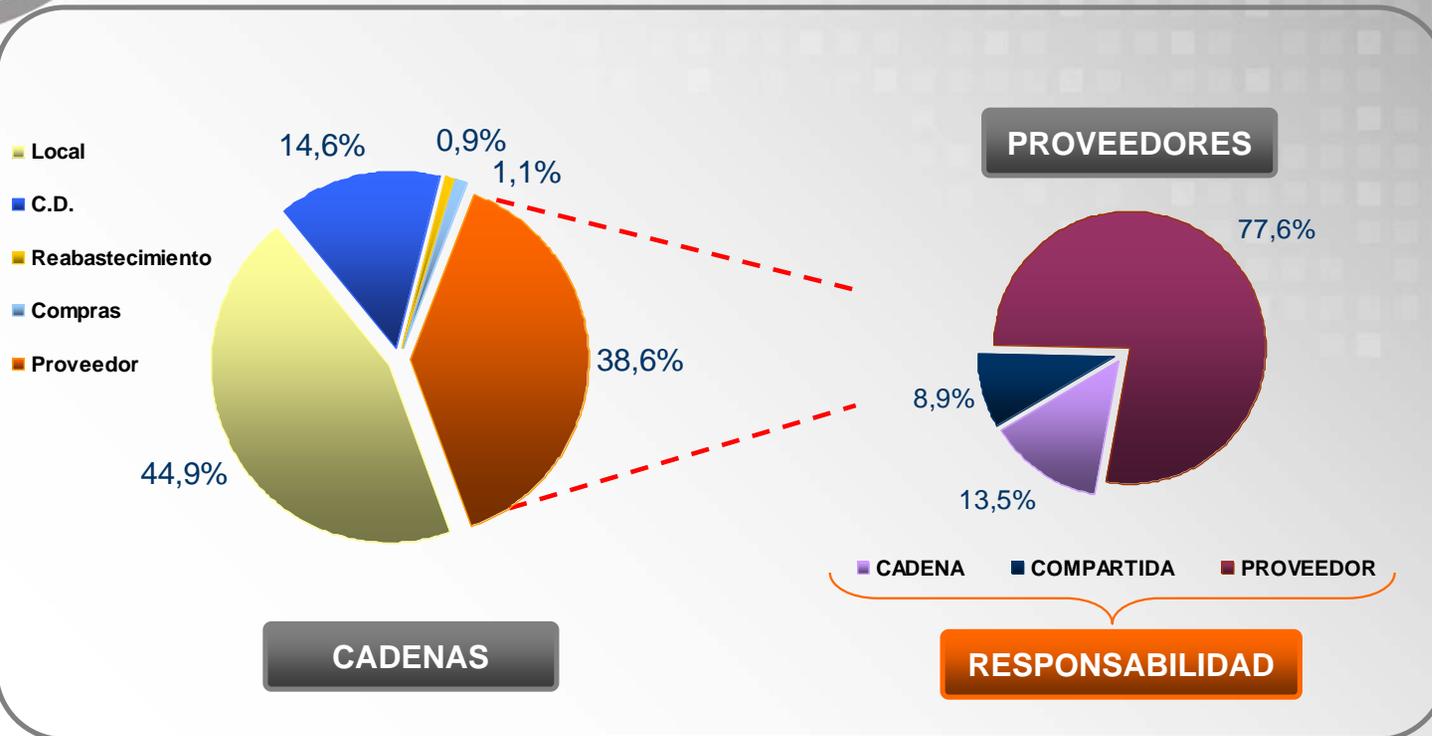
MOTIVOS	2007	2008
EL PROVEEDOR NO SE HA PRESENTADO A ENTREGAR EL PRODUCTO EN TIEMPO Y FORMA	44.1%	38.5%
EL LOCAL NO REALIZO EL CORRESPONDIENTE AJUSTE DE INVENTARIO	19.4%	20.6%
MERCADERIA NO REPUESTA EN GONDOLA POR REPOSITOR	18.7%	17.3%
EL CD NO ENTREGO EL PEDIDO A LA SUCURSAL EN TIEMPO Y FORMA	5.0%	12.4%
PROBLEMAS EN LA GENERACION DEL PEDIDO A LA CENTRAL DE COMPRAS	0.0%	2.6%
EL CD NO TIENE STOCK SUFICIENTE ANTES O DURANTE LA OPERACIÓN	1.0%	2.1%
OTRAS	11.8%	6.2%



MOTIVOS	2007	2008
EL LOCAL NO REALIZO EL CORRESPONDIENTE AJUSTE DE INVENTARIO	38.4%	41.9%
MERCADERIA NO REPUESTA EN GONDOLA POR REPOSITOR	33.6%	35.3%
PROBLEMAS EN LA GENERACION DEL PEDIDO A LA CENTRAL DE COMPRAS	0.0%	5.3%
EL CD NO TIENE STOCK SUFICIENTE ANTES O DURANTE LA OPERACIÓN	1.9%	4.2%
OTRAS	26.1%	13.3%



# FMG Motivos según proveedor



# Peso por Motivos Proveedor

	MOTIVO	2007	2008
PROVEEDOR	EL PRODUCTO NO FUE ENTREGADO POR FALTA DE STOCK	55.2%	72.9%
	NO ENTREGADO POR OTROS PROBLEMAS	0.1%	4.5%
COMPARTIDA	EL PRODUCTO NO FUE ENTREGADO POR ESTAR DISCONTINUADO	14.4%	4.6%
	EL PRODUCTO NO FUE ENTREGADO POR PROBLEMAS COMERCIALES	8.4%	4.3%
	PRODUCTO RECHAZADO POR PROBLEMAS DE ALINEACIÓN DE DATOS	0.1%	0.1%
CADENA	EL PRODUCTO YA FUE ENTREGADO	15.5%	7.1%
	EL PRODUCTO NO FUE PEDIDO POR LA CADENA	6.3%	6.4%

# ENCUESTAS A CONSUMIDORES



- **ENCUESTAS COMPUESTAS POR 14 PREGUNTAS**
- **DESARROLLADAS DENTRO DE LOCALES PARTICIPANTES**
- **REACCIONES DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LOS FALTANTES.**

Con cuál de las siguientes frases se siente identificado cuando no encuentra un producto que esta buscando??

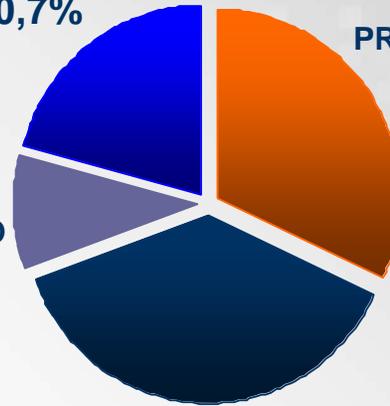
**Pérdida para la Cadena**  
31,5 %

**FMG 2007**  
23%

**Pérdida para El proveedor**  
58,3%

NO COMPRA ESE DÍA  
20,7%

COMPRA OTRA PRESENTACIÓN /TAMAÑO  
31,9%



COMPRA OTRA MARCA /OTRO TIPO DE PRODUCTO  
37,6%

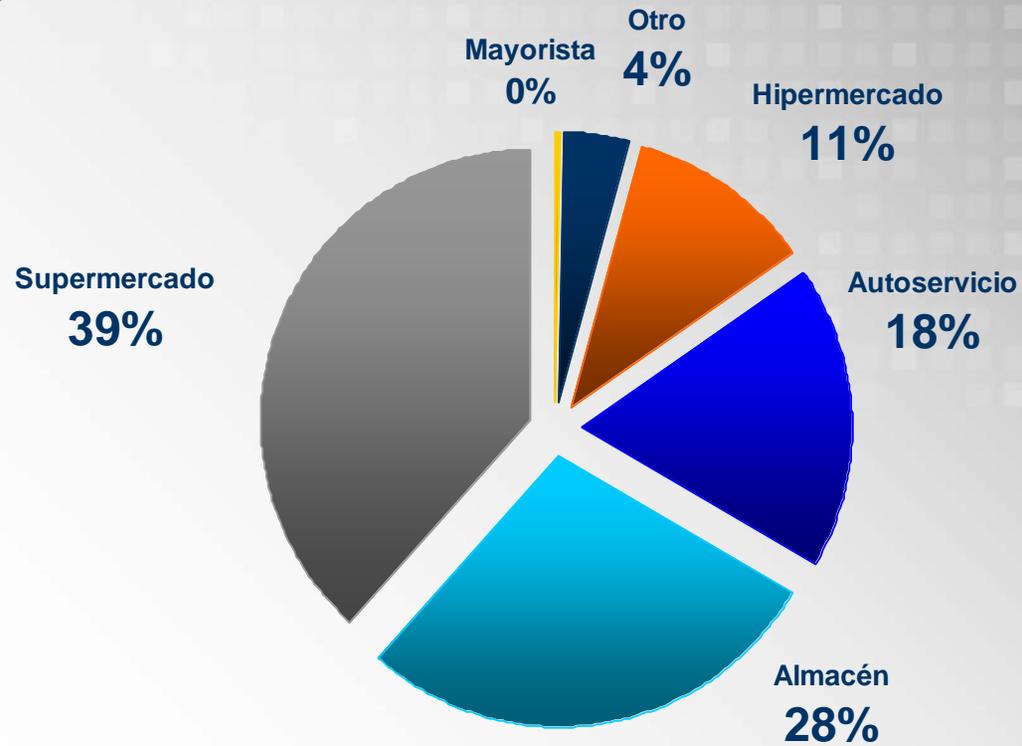
VA A OTRO NEGOCIO A COMPRAR SU PRODUCTO  
9,8%

## Cuándo va a otro negocio a comprar en que tipo de local lo hace?

Realiza la compra  
en un local de ...

otra cadena un  
80.3%

y de la misma  
cadena  
19.7%



- Más allá del incremento del FMG por razones ya conocidas, siguen presentes las mismas problemáticas que en años anteriores.
- ¿Cuanto mejor podríamos haber enfrentado la coyuntura con procesos más eficientes?
  - El consumidor ha flexibilizado su comportamiento, impulsado por la situación
- Aún existe una excelente oportunidad para mejorar a través del trabajo colaborativo.



Preguntas???

**MUCHAS GRACIAS!!!!**



FMG VII  
2008



ECR  
ELECTRONIC DATA INTERCHANGE



# Contacto

**Fabian Fournier**

Gerente de Servicios y  
Desarrollo de Proyectos

D +54 (11)4130 1753

F +54 (11)4130 1740

E [ffournier@gs1.org](mailto:ffournier@gs1.org)

Maipú 255 5° piso

GS1 Helpdesk

T +54 (11)4130 1700

F +54 (11)4130 1740

E [info@gs1.org](mailto:info@gs1.org)

W [www.gs1.org](http://www.gs1.org)



FMG VII  
2008



ECR  
ELECTRONIC  
COMMERCE  
RECORD