



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

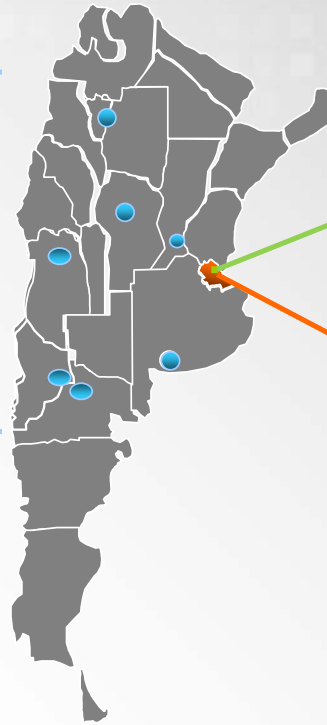


11 PROVEEDORES

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

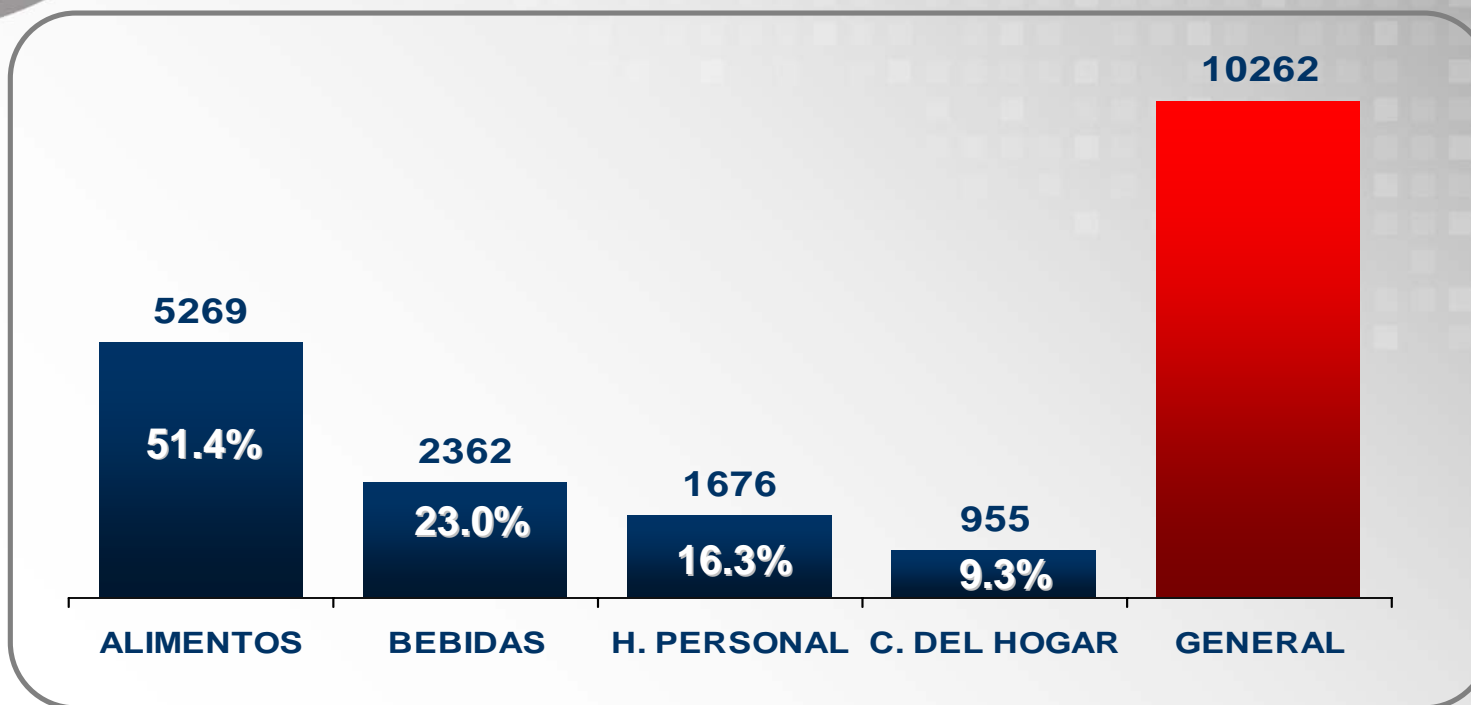
- DISCO 15
- CARREFOUR 13
- BEST 9
- JUMBO 4
- PLAZA VEA 2
- WAL MART 1

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

43 LOCALES

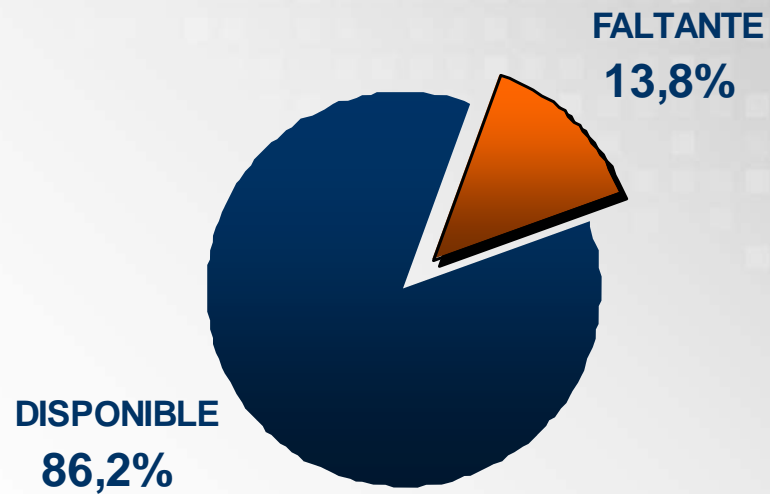
TOTAL LOCALES 171
3 VISITAS

FMG Referencias por Categoría



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



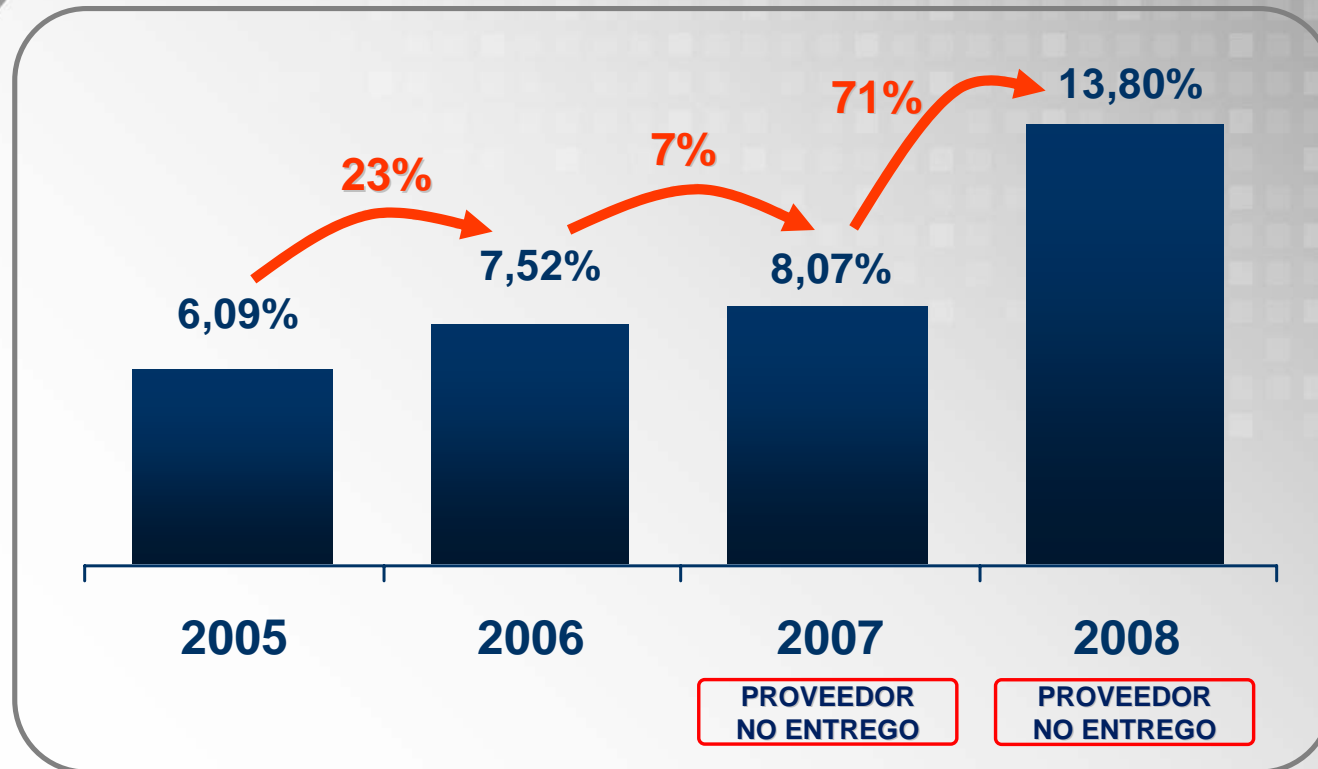


MEDICIONES 273.028

FALTANTES 37.803



FMG Evolución Anual



Motivo + alto

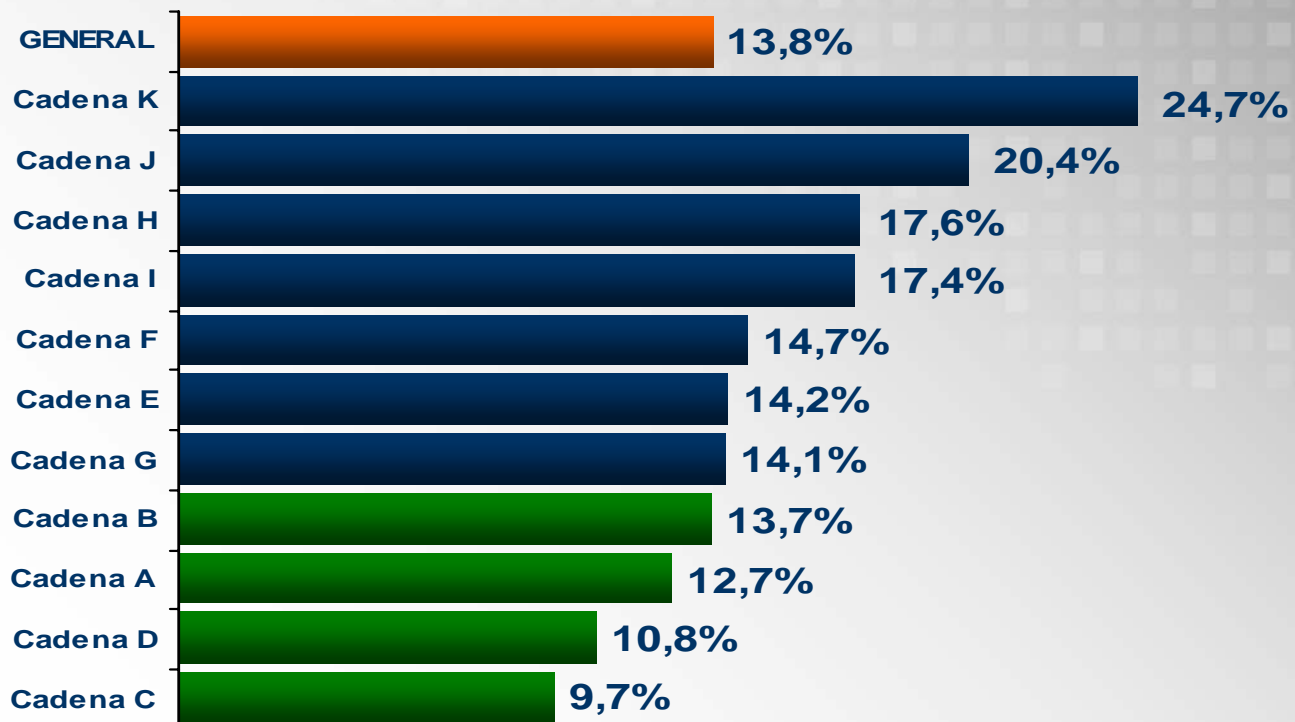
MEDIDOS 2007: 575.539
FALTANTES 2007: 46.434

MEDIDOS 2008: 273.028
FALTANTES 2008: 37.803

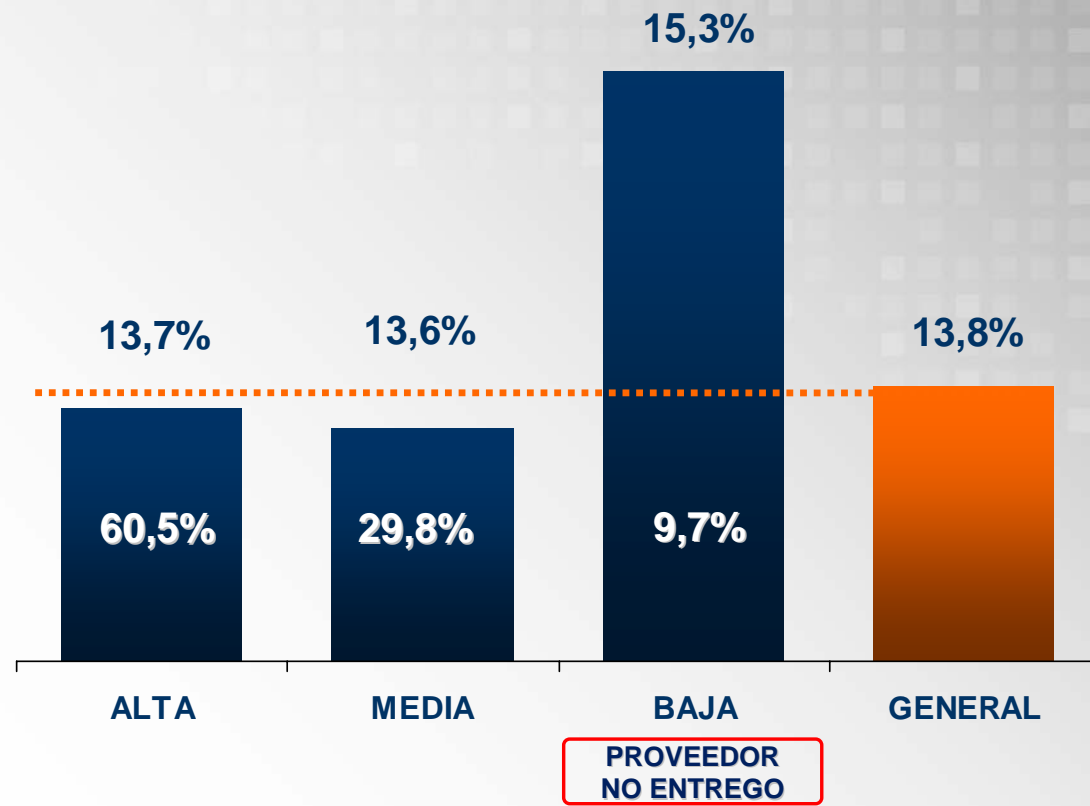
FMG VII
2008



FMG por Cadena



FMG por Rotación

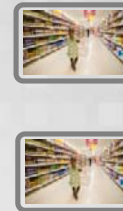
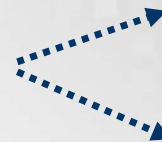


Motivo + alto

FMG por Tipo de Entrega

CENTRALIZADA

68,2%



13.6%

PROVEEDOR

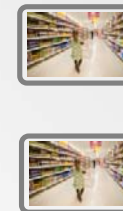
CD

LOCALES

PROVEEDOR
NO ENTREGO

DIRECTA

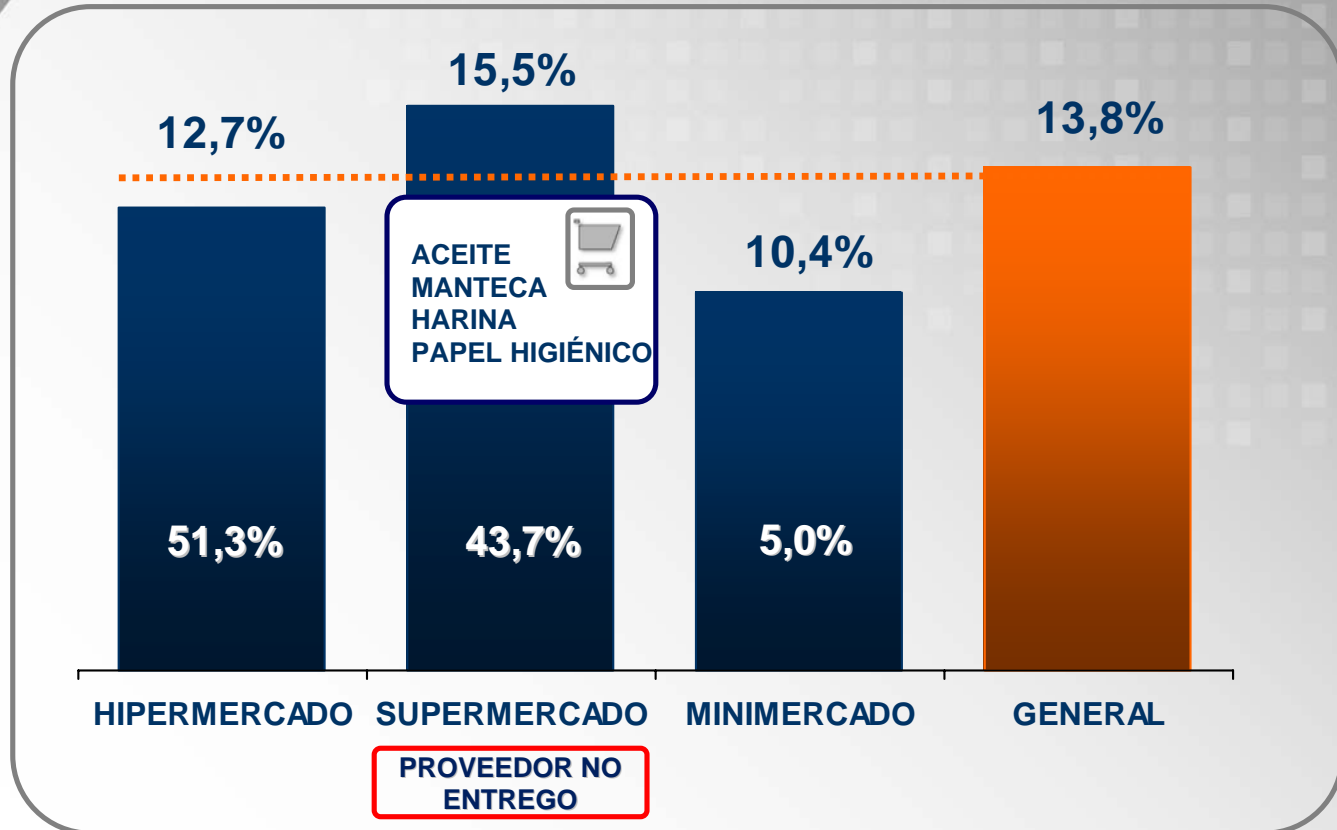
31,8%



14.3%

Motivo + alto

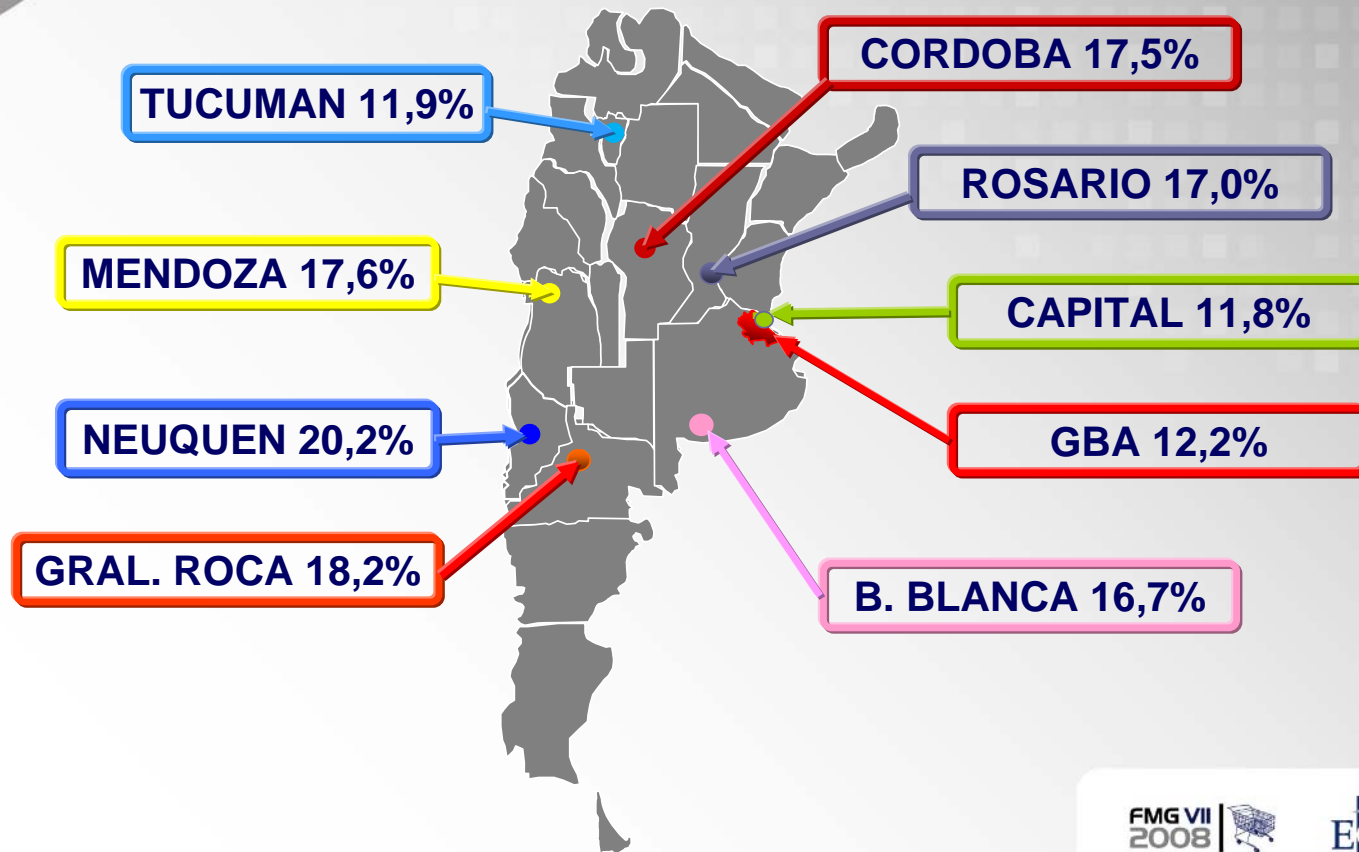
FMG por Tamaño del local



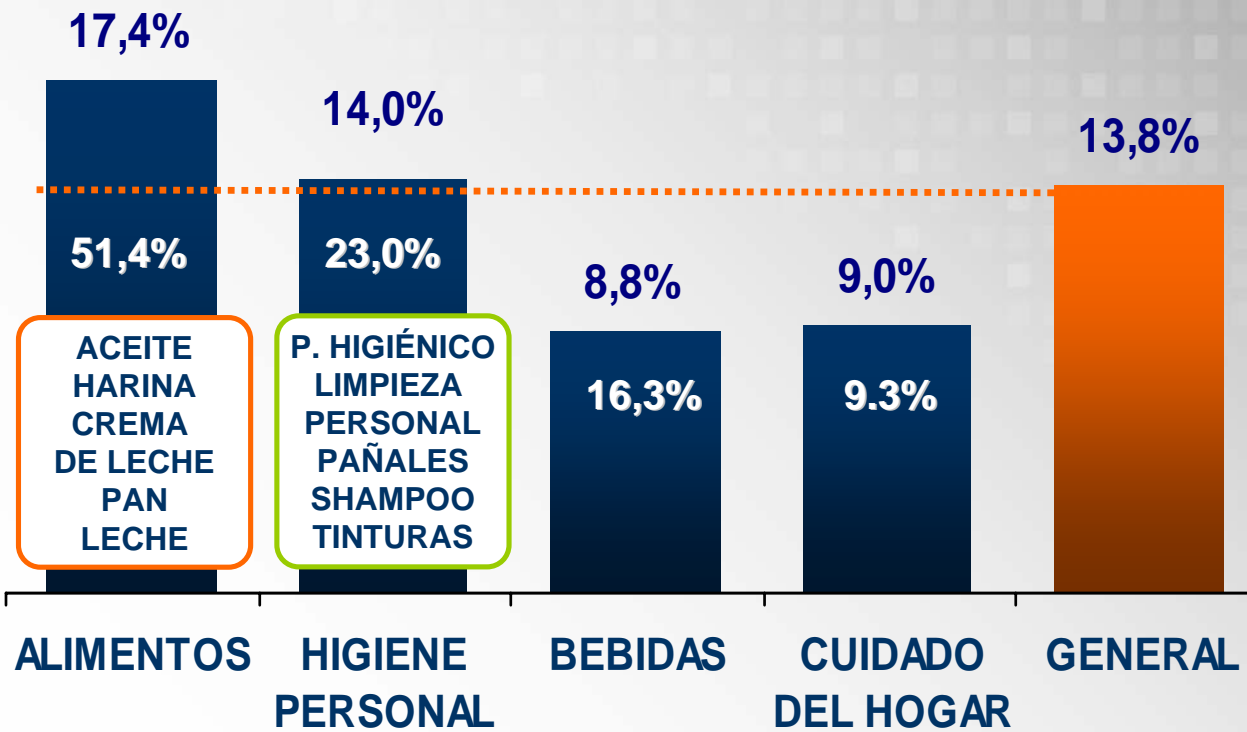
Motivo + alto

Categorías + altas

FMG por Zona



FMG por Familia de Productos

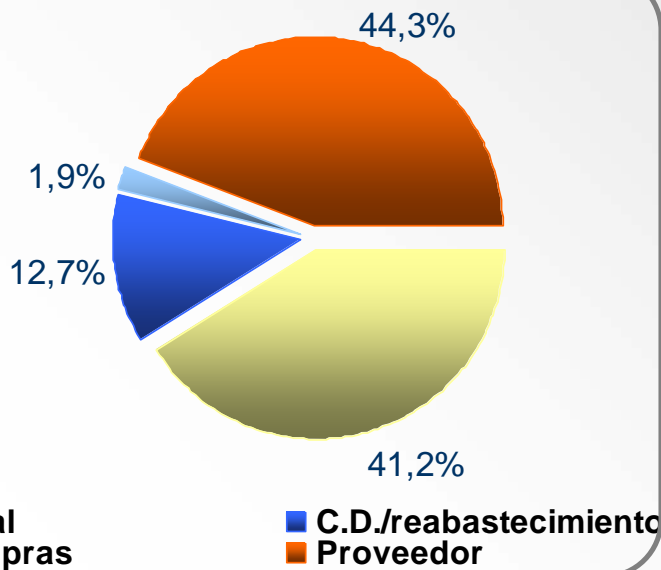




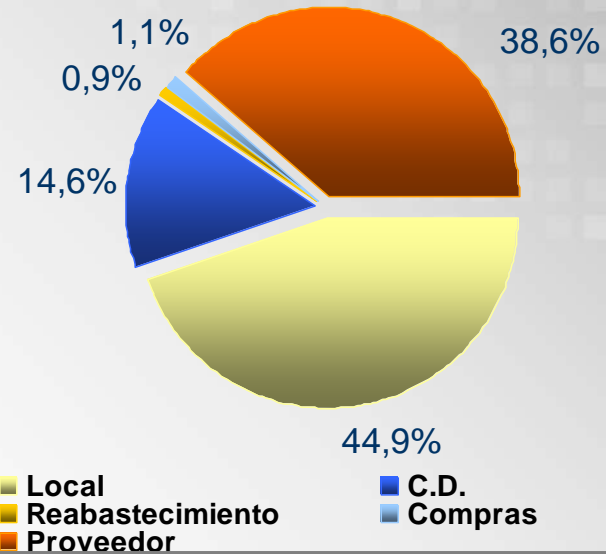
- QUIENES SON LOS RESPONSABLES DE LOS ESPACIOS VACIOS EN LAS GÓNDOLAS ?
- POR QUE RAZÓN EL PRODUCTO NO LLEGA AL CONSUMIDOR ?

FMG Peso por Responsable

MOTIVOS 2007



MOTIVOS 2008



FMG Peso por Motivos

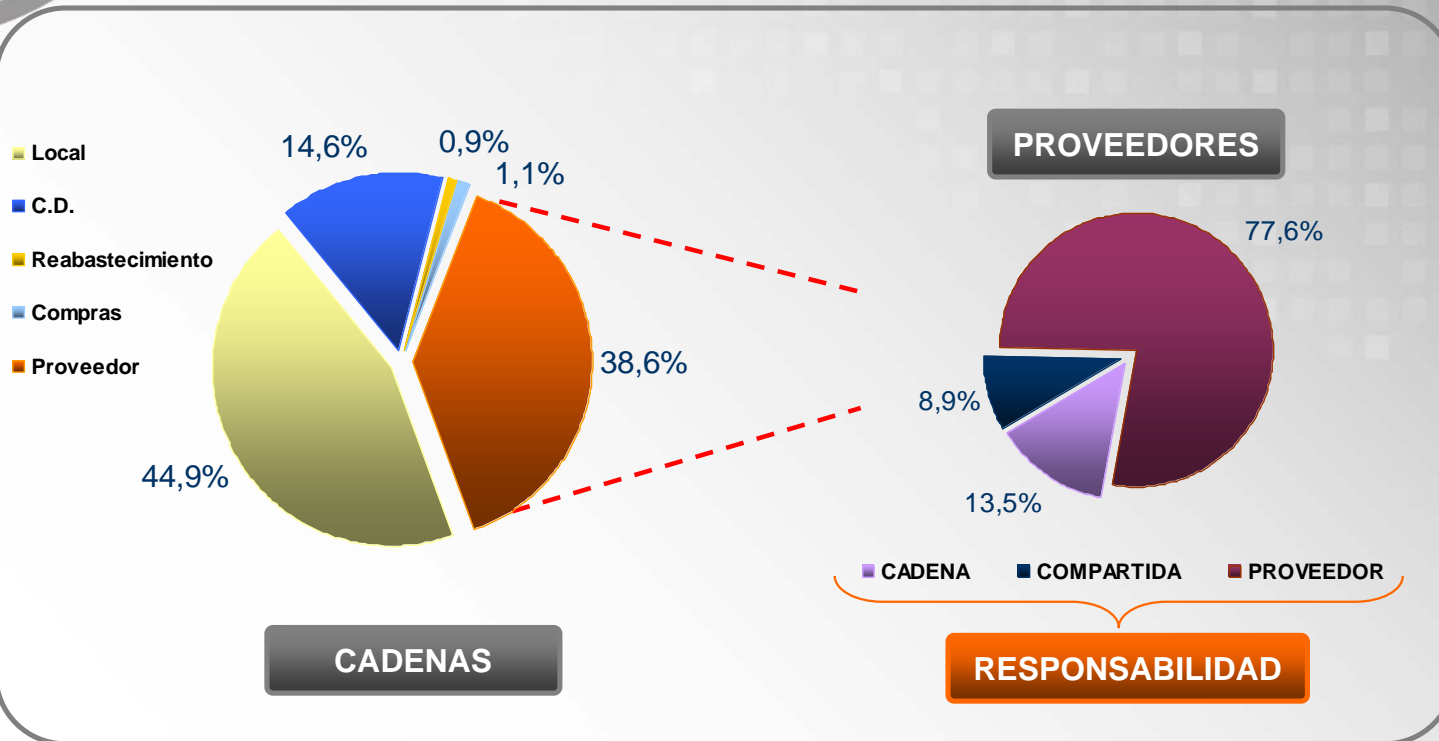
MOTIVOS	2007	2008
EL PROVEEDOR NO SE HA PRESENTADO A ENTREGAR EL PRODUCTO EN TIEMPO Y FORMA	44.1%	38.5%
EL LOCAL NO REALIZO EL CORRESPONDIENTE AJUSTE DE INVENTARIO	19.4%	20.6%
MERCADERIA NO REPUESTA EN GONDOLA POR REPOSITOR	18.7%	17.3%
EL CD NO ENTREGO EL PEDIDO A LA SUCURSAL EN TIEMPO Y FORMA	5.0%	12.4%
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??

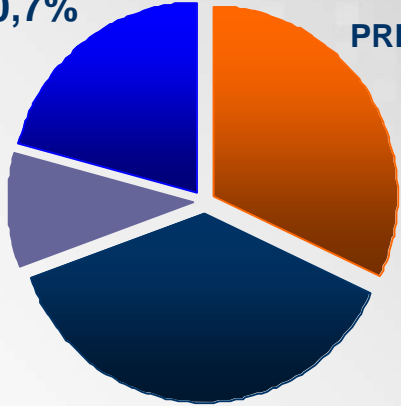
Pérdida para la Cadena
31,5 %

FMG 2007
23%

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

Pérdida para El proveedor
58,3%

NO COMPRA ESE DÍA
20,7%



COMPRA OTRA PRESENTACIÓN /TAMAÑO
31,9%

37,6%

COMPRA OTRA MARCA /OTRO TIPO DE PRODUCTO

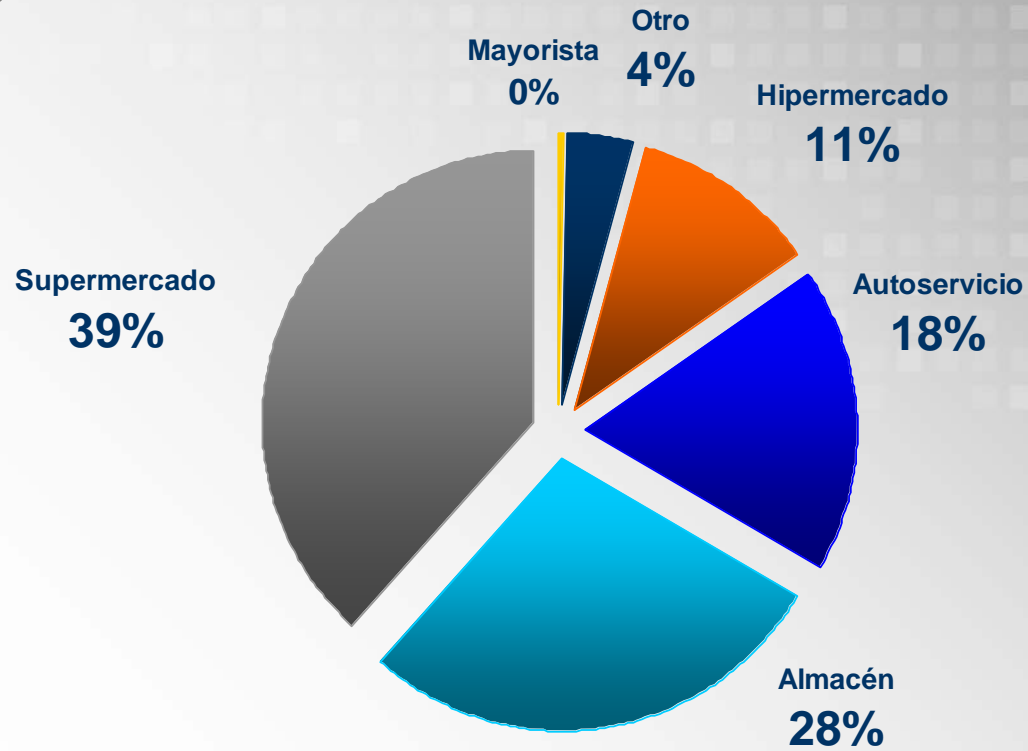


Cuándo va a otro negocio a comprar en que tipo de local lo hace?

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

Maipú 255 5° piso

GS1 Helpdesk

T +54 (11)4130 1700

F +54 (11)4130 1740

E info@gs1.org

W www.gs1.org



FMG VII
2008



ECR
L. 10.366/03