

12º Estudio

# Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG)



## 12º Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola de GS1 Argentina

### Una herramienta clave para lograr mejoras en Ventas y en Servicio al Cliente

Compartimos con Ud. los resultados del Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG) realizado por GS1 Argentina conjuntamente con las principales Cadenas de Supermercados y Proveedores.

El Estudio de FMG de GS1 Argentina está enfocado específicamente al logro de mejoras sustanciales basadas en dos objetivos claves de las empresas del Sector de Consumo Masivo:

- Capitalizar el máximo potencial de Ventas.
- Brindar un servicio de excelencia a Clientes y Consumidores.

“...de cada Faltante que se identifica, se indagan y se exponen detalladamente las Causas que generaron que el producto no estuviera en la góndola en el momento en que el consumidor fue a comprarlo.”

El Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola es además de un relevamiento de quiebres de stock, una herramienta indispensable ya que su valor agregado radica en la identificación de las causas que generen los faltantes que se detectan durante el mismo.

En efecto, y como podrá verse en este breve informe, para cada producto Faltante que se identifica, se indagan y se exponen detalladamente las Causas que dieron lugar a que el producto no estuviera en la góndola en el momento en que el Consumidor fue a comprarlo.

El FMG de GS1 Argentina es el único estudio en nuestro país que brinda esta información clave e indispensable para señalar oportunidades de mejoras, convenir como aprovecharlas e implementar procesos más eficientes. En consecuencia, mejoramos tanto el nivel en Ventas como en Servicio al Cliente alcanzado gracias a una excelente presencia de productos.

En el FMG 2013 hemos optimizado aún más los procesos y las herramientas tecnológicas. Esto nos permitió cubrir nuevas plazas y lograr una mayor agilidad en la disponibilidad de los datos. Adicionalmente incorporamos el formato de proximidad que cobra cada vez importancia en el mercado.

Tal como siempre hemos venido haciendo, a partir de la información de este estudio estaremos promoviendo e impulsando la realización de trabajos colaborativos entre clientes y proveedores, para llegar a resolver juntos los problemas detectados de forma tal de aprovechar todas las oportunidades de mejora que hoy están a nuestro alcance.



Rubén Calónico  
Gerente General GS1 Argentina

## Datos generales del Estudio FMG 2013

El estudio FMG de GS1 Argentina pone el foco en 4 Categorías clave: Alimentos, Cuidado del Hogar, Bebidas e Higiene Personal.

Los casi **6.500 productos** de estas categorías que fueron medidos en el **FMG 2013** corresponden al portafolios de sku's de mayor venta en cada uno de los **158 salones de ventas** que fueron auditados a través de más de **240 mil mediciones**.

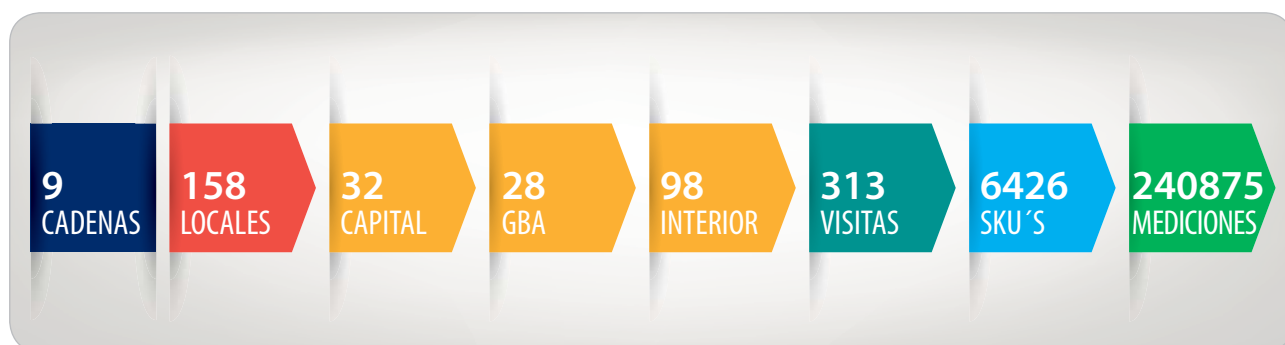
**9 Cadenas** de Supermercados y **14 Proveedores** participaron activamente en la identificación de las

**Causas de los Faltantes** encontrados, información que se comparte con todos los participantes y que resulta clave para implementar mejoras y aprovechar oportunidades de negocio.

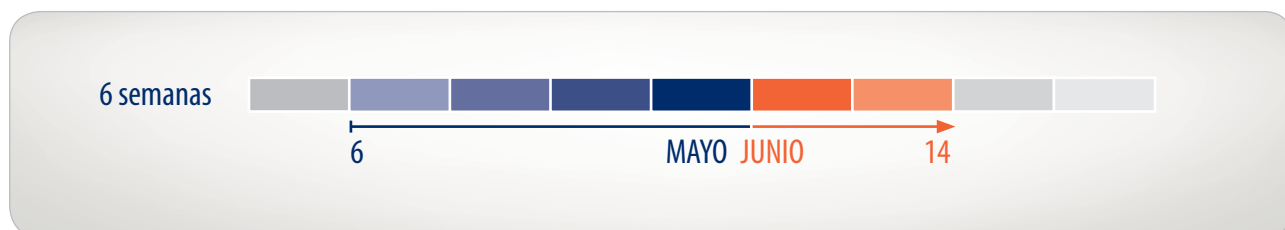
Este año se incluyeron en el estudio 3 ciudades nuevas: Mar del Plata, Paraná y San Juan, alcanzando por primera vez un total de 16 ciudades.

Para asegurar unidad de criterio, se considera un FMG a todo producto que no pueda ser localizado por el consumidor final en *el lugar habitual de exhibición* dentro del salón de ventas (Exhibición primaria).

### Dimensiones del estudio



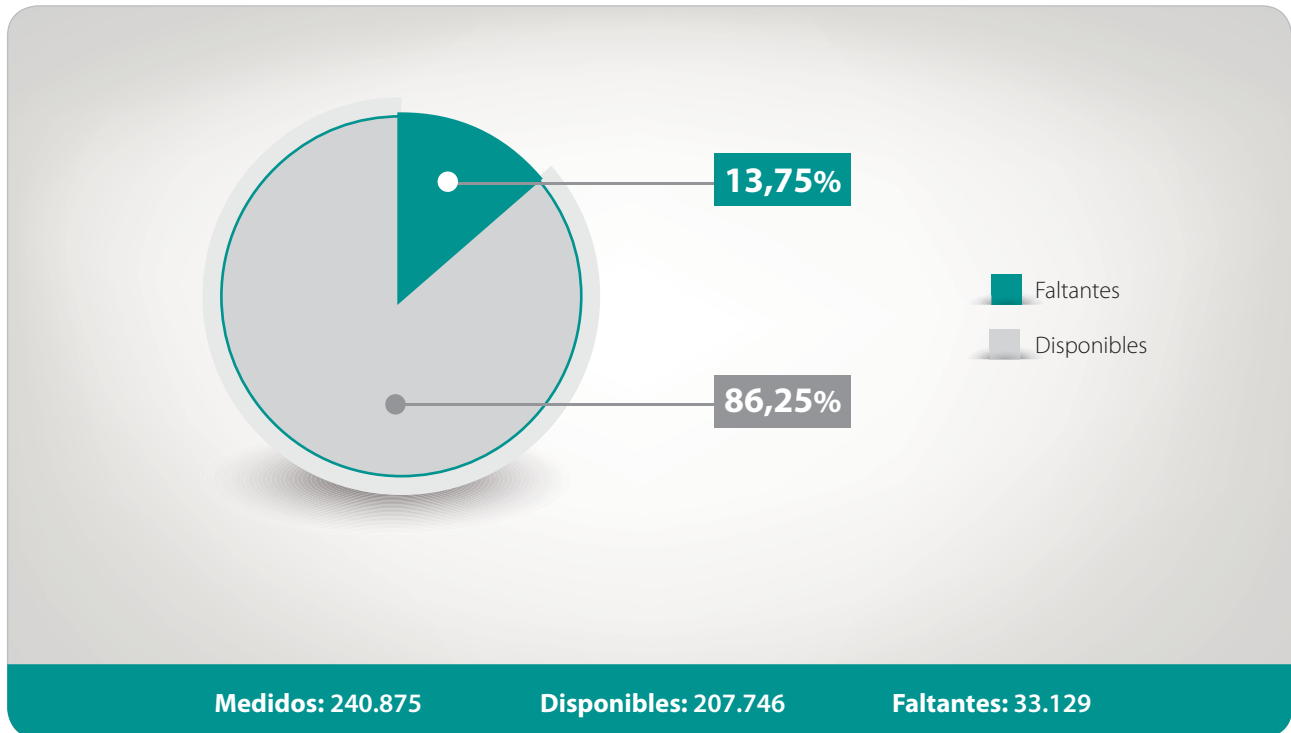
### Período de medición



### Procedimiento



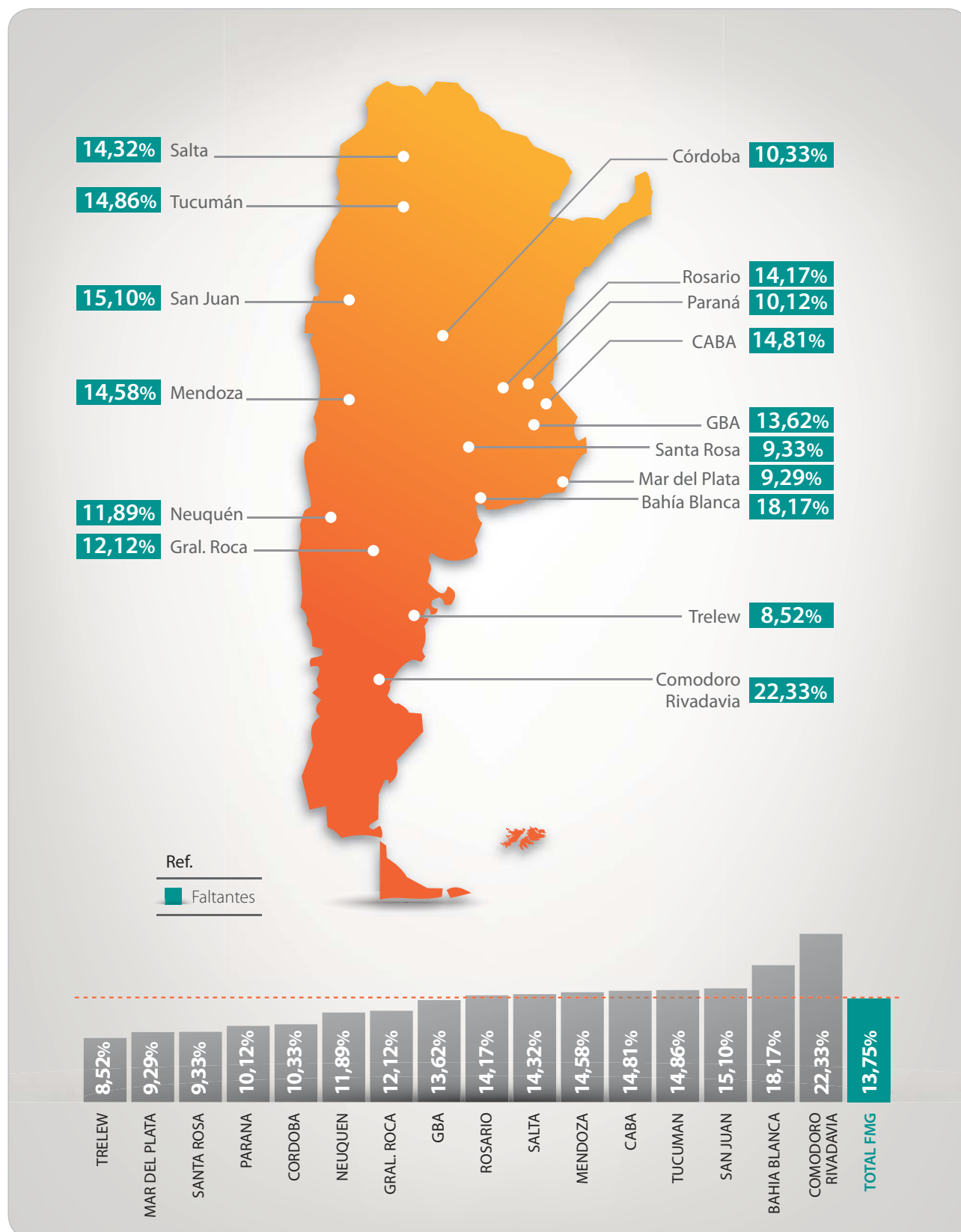
## Resultados generales FMG 2013



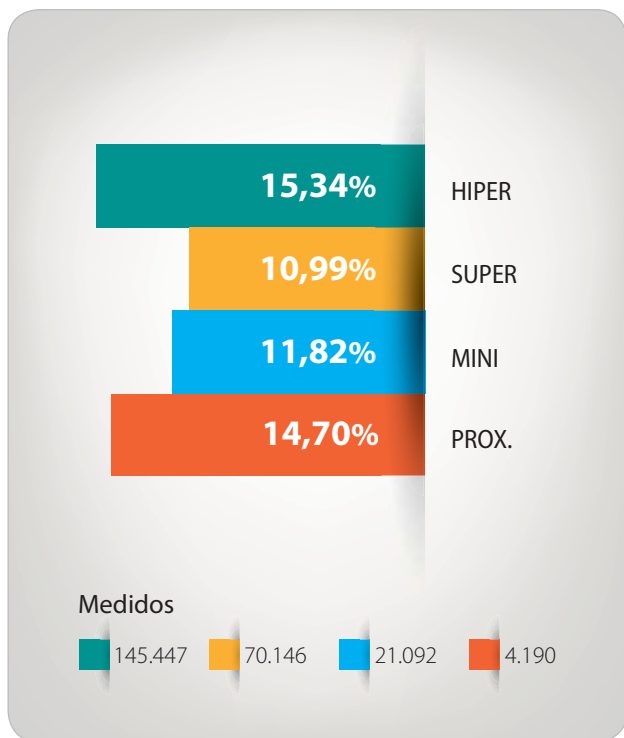
## Evolución anual FMG



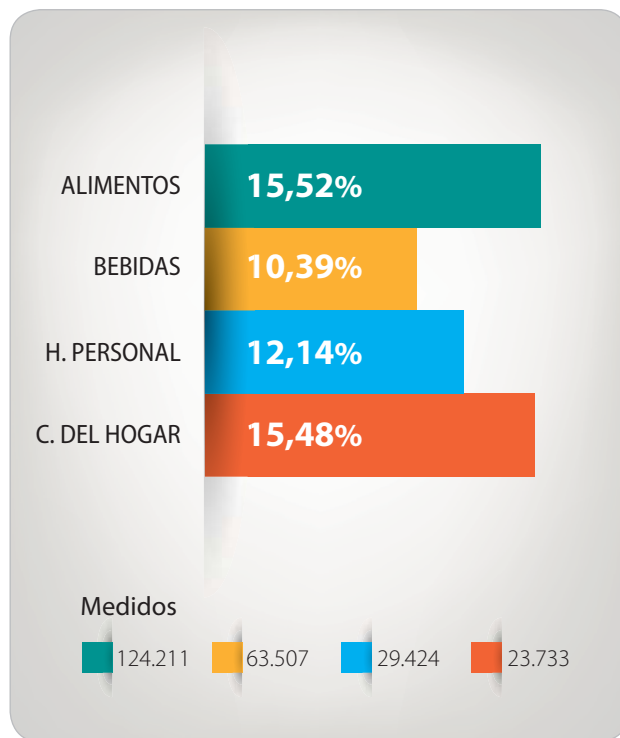
## FMG por plaza



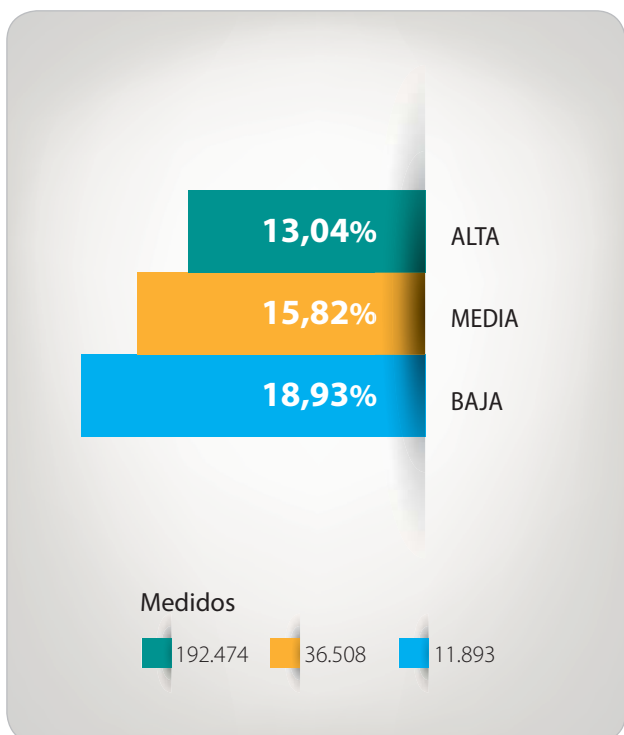
## FMG por **formato**



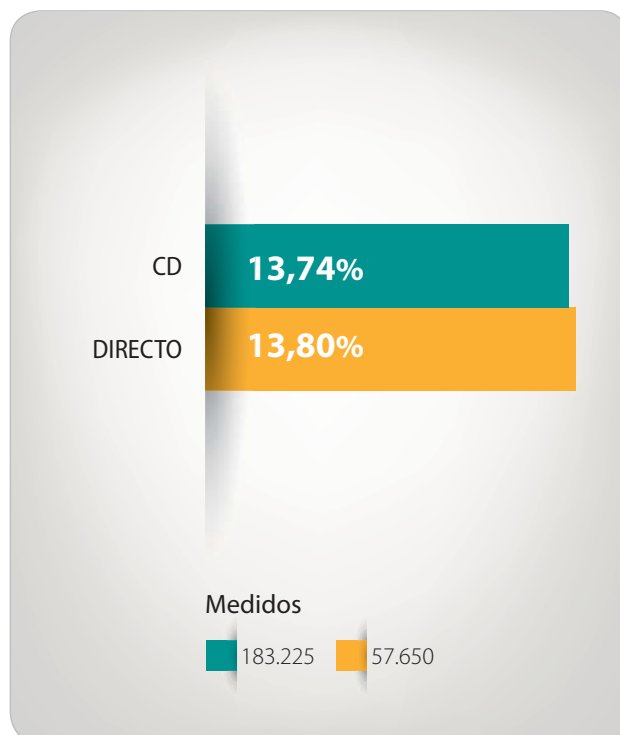
## FMG por **familia de producto**



## FMG por **tipo de rotación**

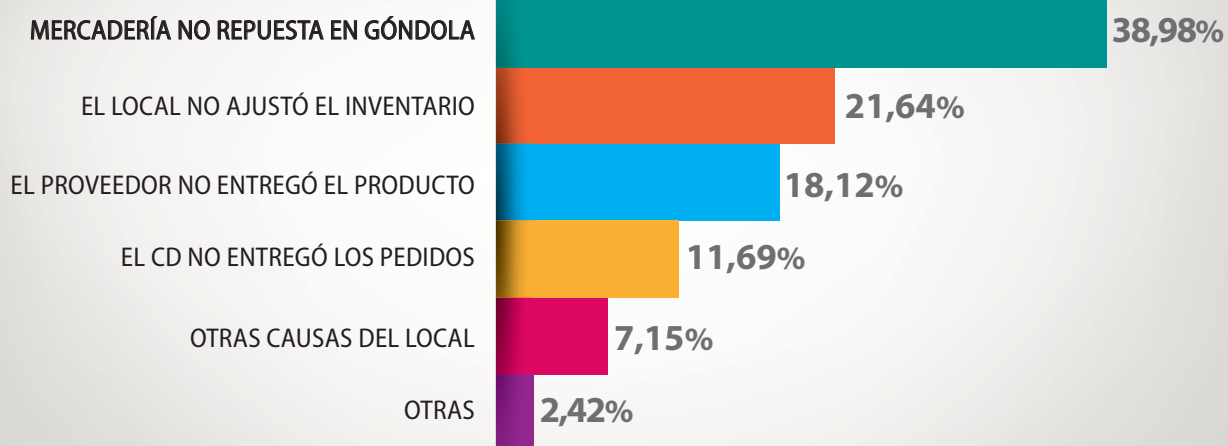


## FMG por **tipo de entrega**

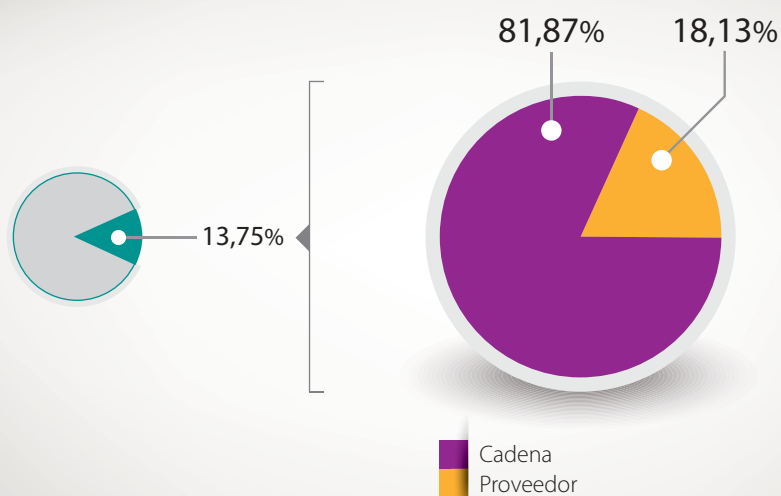




## Causas de FMG según las cadenas



## Apertura de FMG



Cadena: 11,26 puntos del faltante

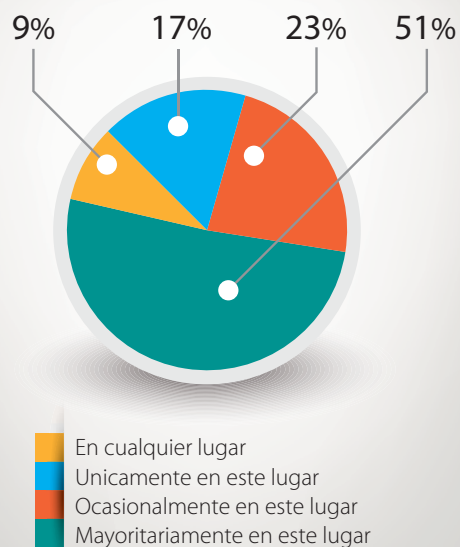
Proveedor: 2,49 puntos del faltante

## Encuestas a consumidores

### ¿Encontró todos los productos que buscaba?



### ¿Dónde realiza sus compras?

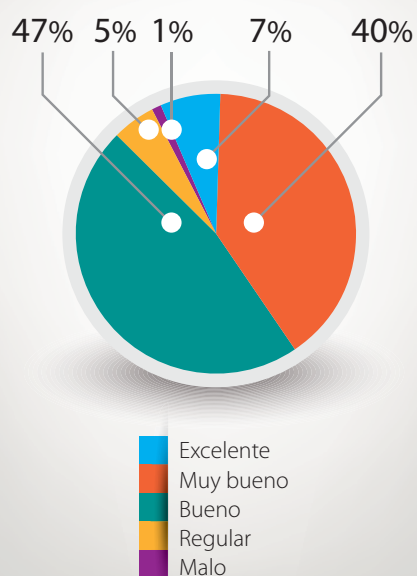


Total encuestados: **10.561** en **158** locales

### ¿Con cuál de las siguientes frases se siente identificado cuando no encuentra un producto?



### ¿Cómo considera el abastecimiento del local?





## Participantes FMG 2013





GS1 es una organización global, neutral y sin fines de lucro conducida por sus socios, dedicada específicamente al diseño e implementación de estándares globales y soluciones para mejorar la eficiencia y visibilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

A nivel mundial GS1 cuenta con una red de Organizaciones Miembros en 150 países que brindan servicio a más de 1 millón de compañías asociadas.

En GS1 Argentina trabajamos activamente para nuestras más de 9.000 empresas asociadas facilitando la colaboración entre socios comerciales con el objetivo de resolver, en forma conjunta, los desafíos de negocio y de capitalizar todas las oportunidades de mejora que se presenten.

**GS1 Argentina.** *Tu plataforma para los negocios.*

Fraga 1326  
C1427BUB,  
Ciudad de Buenos Aires  
**T** (54-11) 4556 4700  
**F** (54-11) 4556 4758/59  
**E** [info@gs1.org.ar](mailto:info@gs1.org.ar)

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