FMG 2011



10° Estudio

Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG)









...de cada producto Faltante que se identifica, se indagan y se exponen detalladamente las Causas que generaron que no estuviera en la góndola

en el momento en que el

consumidor fue a comprarlo.

Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola de GS1 Argentina

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

Es un verdadero privilegio presentar los resultados de este nuevo Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG) que viene realizando GS1 Argentina desde hace ya una década, conjuntamente con renombradas Cadenas de Supermercados y Proveedores.

El Estudio de FMG de GS1 Argentina está enfocado específicamente en el logro de mejoras sustanciales basadas en dos objetivos claves de las empresas del Sector de Consumo Masivo: Capitalizar el máximo potencial de Ventas y Brindar un servicio de excelencia a Clientes y Consumidores.

Si bien el nombre del estudio puede hacer pensar que se trata de un clásico relevamiento de faltantes o de quiebres de stock, su verdadero valor agregado reside fundamentalmente en la Identificación de las **Causas que claramente originan los Faltantes detectados.** En efecto, y como podrá verse en este breve informe que hemos preparado para Ud., de cada producto **Faltante** que se identifica, se indagan y se exponen detalladamente las **Causas** que generaron que 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, implementar procesos más eficientes y concluir con un máximo nivel tanto en Ventas como en Servicio al Cliente, alcanzado gracias a una excelente presencia de productos.

En el FMG 2011 hemos incorporado mejoras tecnológicas y de proceso que resultaron en una mayor agilidad en la disponibilidad de los datos y en una mayor confiabilidad en todo su desarrollo, y al mismo tiempo, hemos ampliado la cobertura de la muestra incorporando cuatro nuevas plazas en el interior del país.

Tal como siempre lo 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 2011

El estudio FMG de GS1 Argentina pone el foco en cuatro Categorías clave:

- Alimentos
- Cuidado del Hogar
- Bebidas
- Higiene Personal

Los casi 10.100 productos de estas categorías que fueron medidos en el FMG 2011 corresponden al portafolios de sku's de mayor venta de cada uno de los 134 salones de ventas que fueron auditados a través de más de 220 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 entre todos y que resulta clave para implementar mejoras y aprovechar oportunidades de negocio.

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).

Innovaciones y mejoras

- Se automatizó la carga de datos con colectores de avanzada, reforzando la calidad de la toma de Producto Presente.
- Se implementó el nuevo sistema Web GS1 para la carga de datos.
- Los participantes dispusieron de los resultados online.
- Se expandió la Cobertura del estudio incorporado las plazas de Santa Rosa, Comodoro Rivadavia, Trelew y Salta.

Dimensiones del estudio



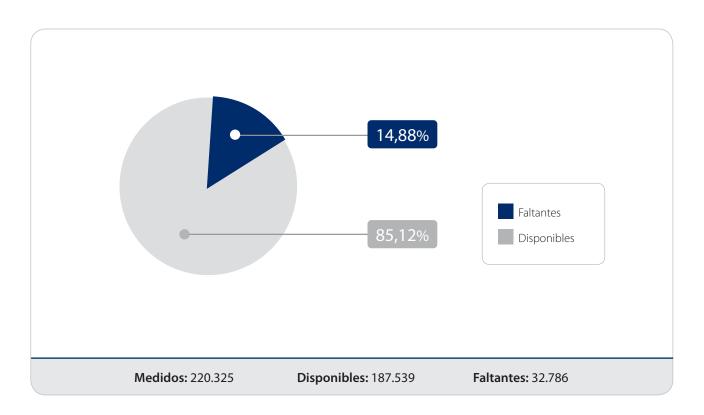




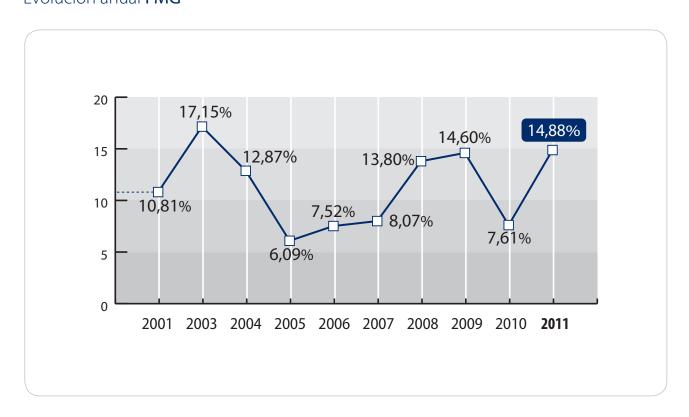




Resultados generales FMG 2011



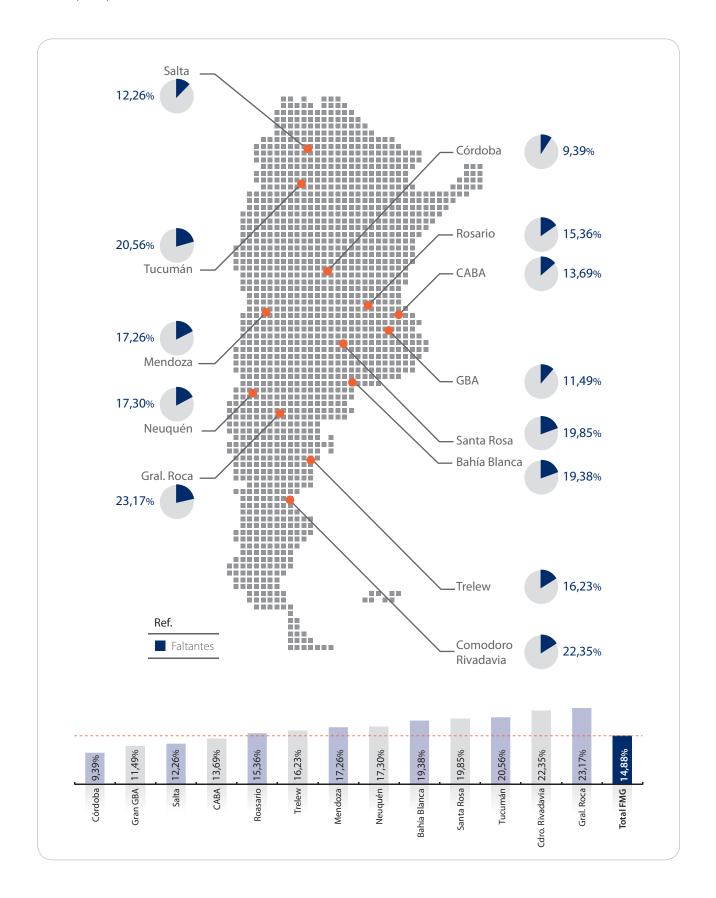
Evolución anual FMG







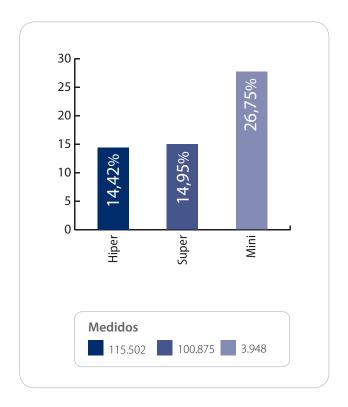
FMG por plaza



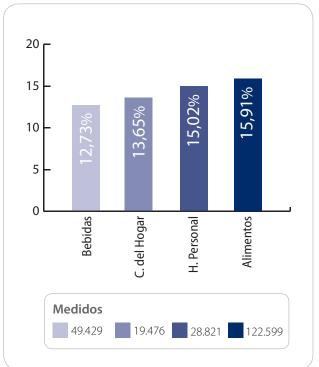




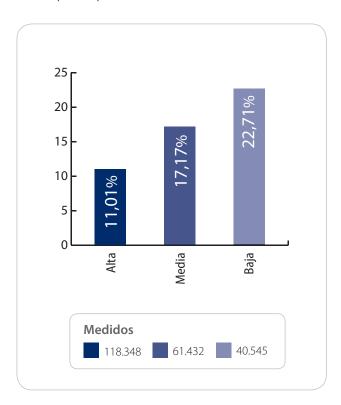
FMG por formato



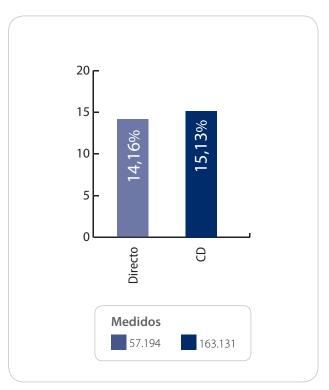
FMG por familia de producto



FMG por tipo de rotación



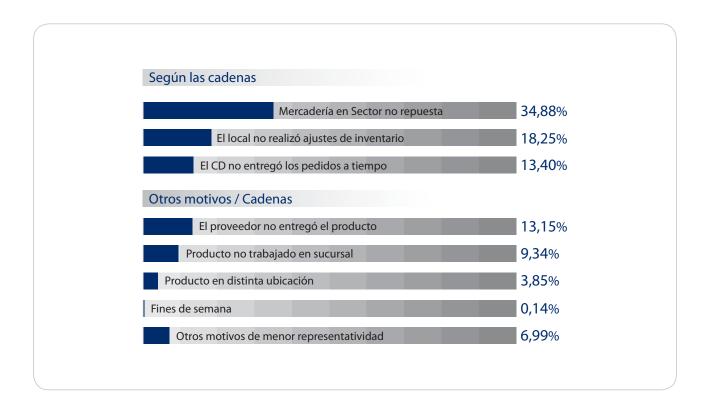
FMG por tipo de entrega



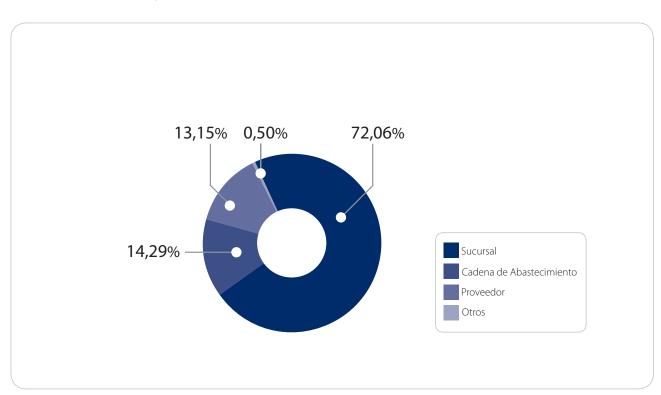




FMG por motivos según las cadenas



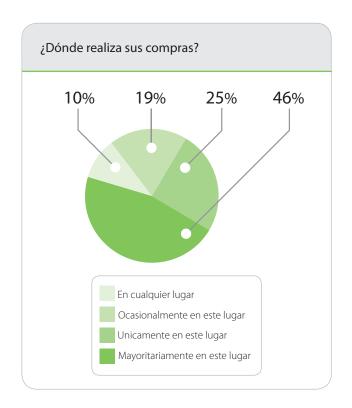
Incidencia de **FMG** por sector



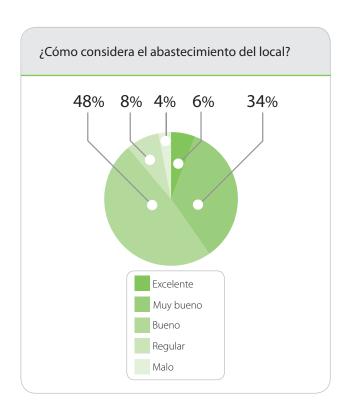


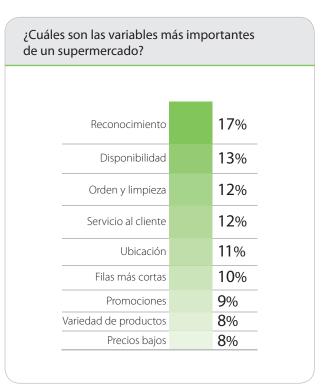


Encuestas a consumidores













Participantes FMG 2011



















































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

A nivel mundial GS1 cuenta con una red de Organizaciones Miembro en 111 países que brindan servicio a más de un millón de compañías asociadas.

En GS1 Argentina, trabajamos activamente para nuestras más de 8.300 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