GS1 Argentina

FMG 2012

11º Estudio

# Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG)

# Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola de GS1 Argentina

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

Es nuevamente un privilegio presentar los resultados del Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG) que realiza GS1 Argentina conjuntamente con renombradas Cadenas de Supermercados y Proveedores desde hace más de una década.

El Estudio de FMG de GS1 Argentina tiene como propósito fundamental el logro de mejoras significativas en dos objetivos claves de las empresas del Sector de Consumo Masivo: *Capitalizar el máximo nivel de Ventas y 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."*

A diferencia de los relevamientos de faltantes o de quiebres de stock que habitualmente se realizan, el verdadero valor agregado del FMG de GS1 Argentina reside fundamentalmente en la Identificación de las **Causas que claramente originan los Faltantes detectados.** En efecto, tal como puede verse en este breve informe del FMG 2012, 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 FMG de GS1 Argentina es el único estudio en nuestro país que brinda esta información clave e indispensable para encontrar oportunidades de mejoras, convenir cómo aprovecharlas, implementar procesos más eficientes y obtener el máximo nivel posible tanto en Ventas como en Servicio al Cliente a través de una excelente presencia de productos.

En el FMG 2012 hemos mejorado aun más los procesos y hemos incorporado herramientas tecnológicas que dieron por resultado una mayor agilidad en la disponibilidad de los datos y una mayor confiabilidad en todo su desarrollo.

Tal como hemos venido haciendo siempre, a partir de la información de este estudio estaremos promoviendo e impulsando la realización de trabajos colaborativos entre cadenas 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*

© GS1 Argentina 2012

# **Datos generales** del Estudio FMG 2012

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

- Alimentos
- Cuidado del Hogar
- Bebidas
- Higiene Personal

Los casi **5.700 productos** de estas categorías que fueron medidos en el **FMG 2012** corresponden al portafolios de sku´s de mayor venta de cada uno de los **118 salones de ventas** que fueron auditados a través de más de 200 mil mediciones.

**7 Cadenas** de Supermercados y **15 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 actualizó el software de los colectores de datos
  - ✓ Se redujo el tiempo de toma de información en el local.

- Concentración de información
  - ✓ Se incorporaron notebooks que permiten intercambiar información en el local
  - ✓ Se redujo el tiempo del proceso de carga de motivos en el local
  - ✓ Cada local se queda con una copia del archivo de su medición y sus causas
  - ✓ Los equipos de auditores fueron acompañados por personal de las cadenas
- Maestro de Artículos
  - ✓ Se revisaron las descripciones y categorías
  - ✓ Se mejoró el recorrido con reducción del tiempo de captura

## Dimensiones del estudio

**7 Cadenas**
**118 Locales**

**Capital 30**
**GBA 20**
**Interior 68**

**SKU´S**
**5.693**

**Visitas**
**255**

**Mediciones 200.998**

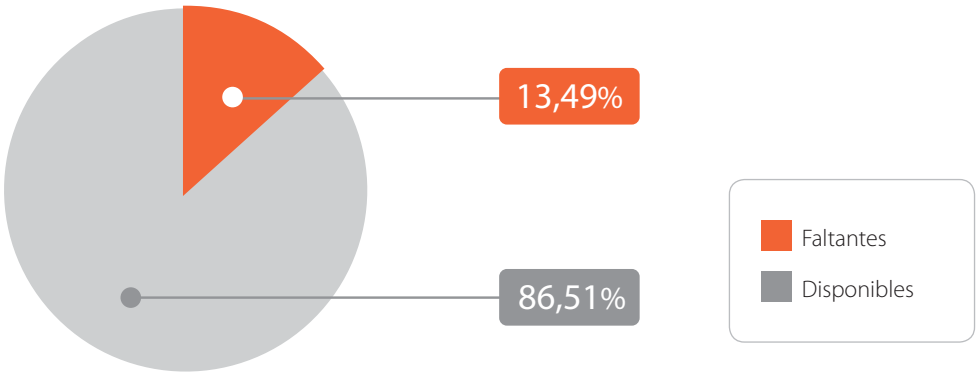
## Período de medición

5 — Mayo — Junio — 15

1. Locales definen Portafolio a medir
2. GS1 ejecuta la tarea de campo
3. GS1 y el local verifican los faltantes y sus causas
4. Central revisa información relevada
5. Proveedor revisa información relevada
6. **GS1 emite el informe final**

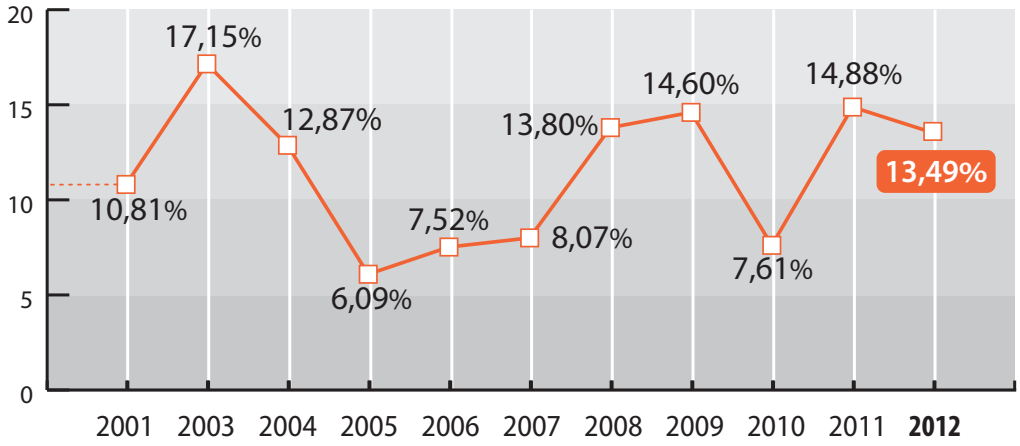

© GS1 Argentina 2012

## **Resultados generales** FMG 2012



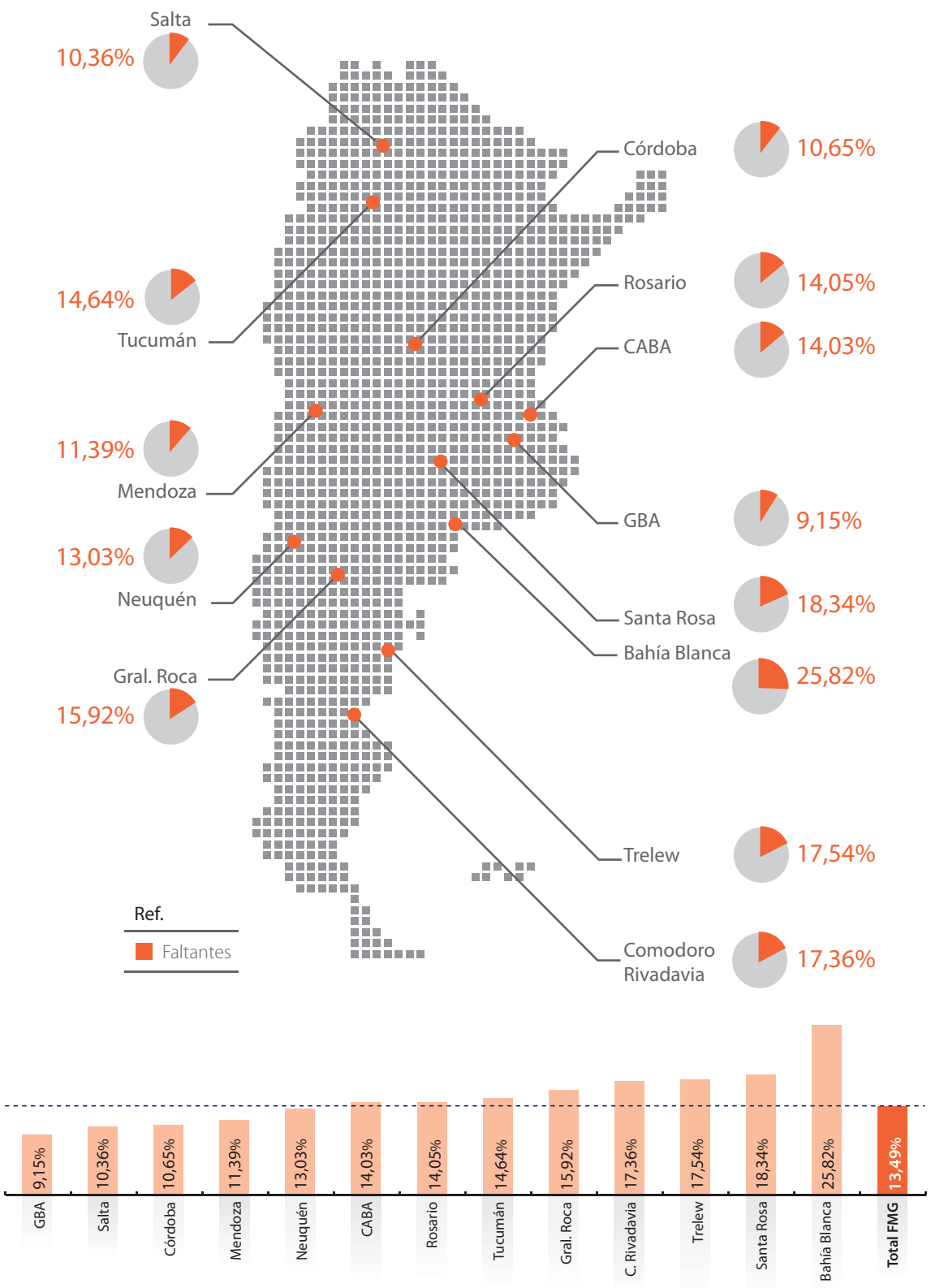

**Medidos:** 200.998 **Disponibles:** 173.885 **Faltantes:** 27.113

## **Evolución anual** FMG




© GS1 Argentina 2012

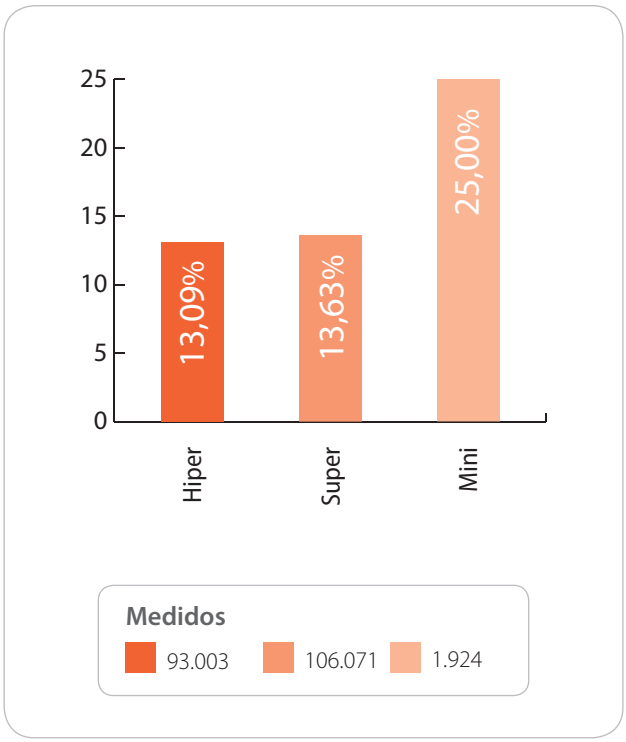
# FMG por **plaza**



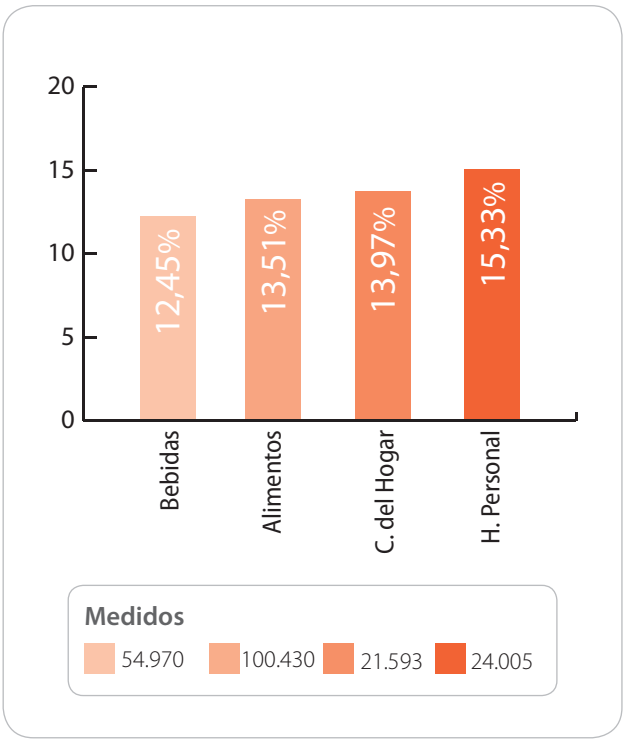


© GS1 Argentina 2012

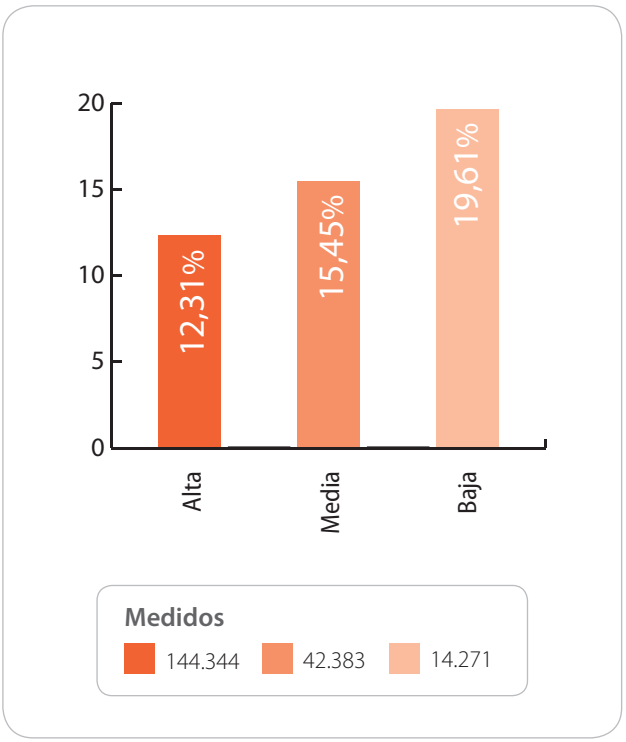
## FMG por **formato**



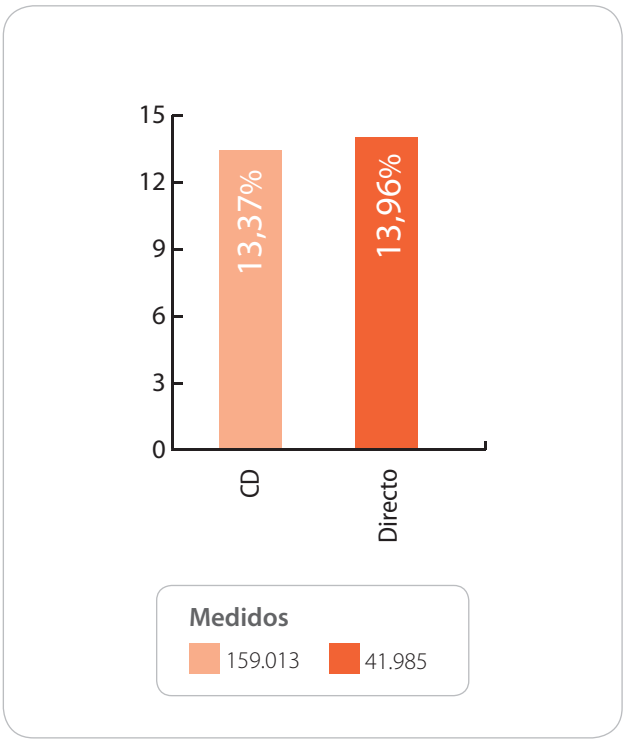

## FMG por **familia de producto**




## FMG por **tipo de rotación**

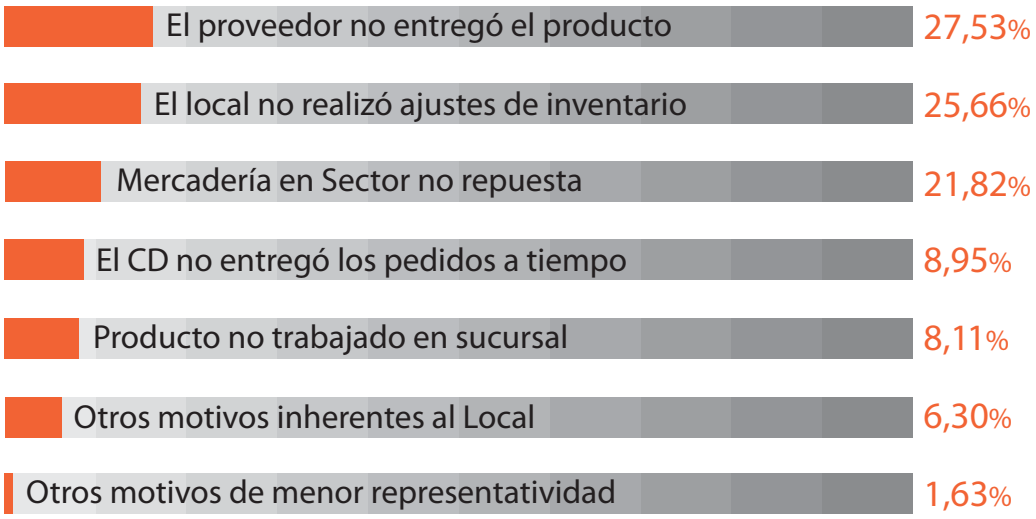



## FMG por **tipo de entrega**

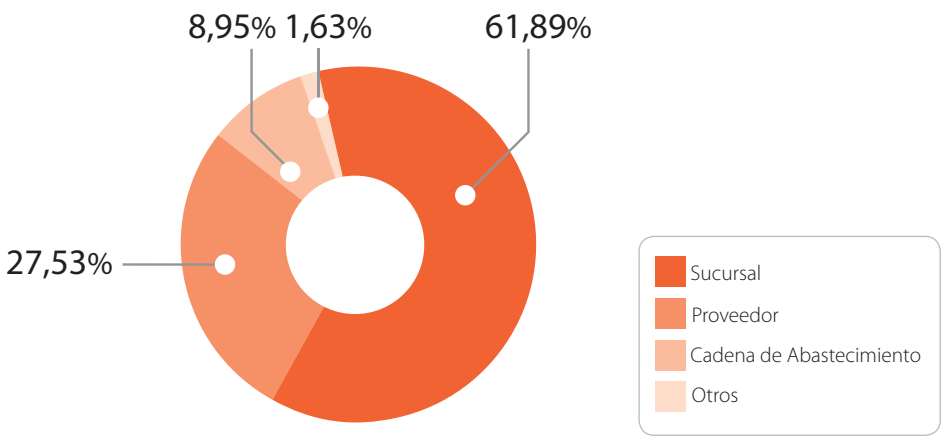



© GS1 Argentina 2012

## FMG por **motivos** según las cadenas




## **Incidencia** de FMG por sector

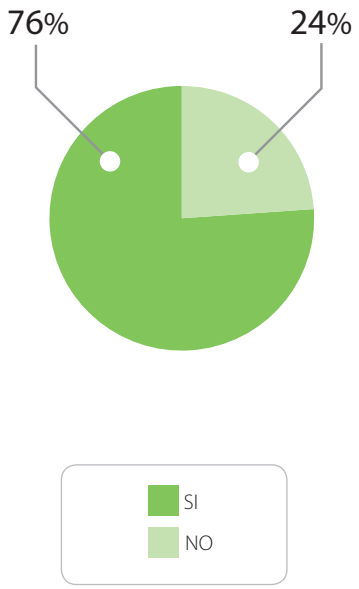




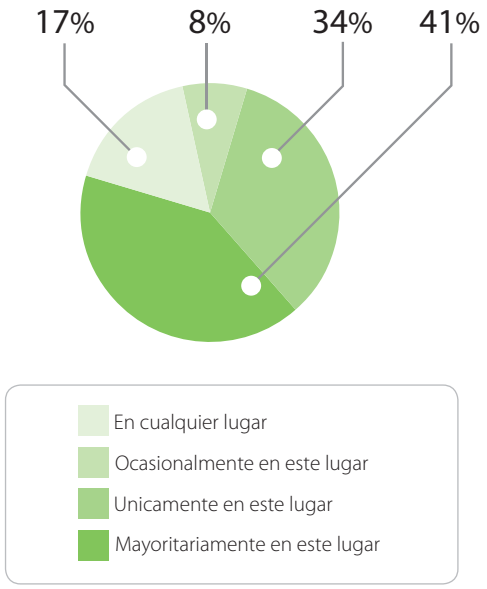
© GS1 Argentina 2012

# **Encuestas** a consumidores

¿Encontró todos los productos que buscaba?

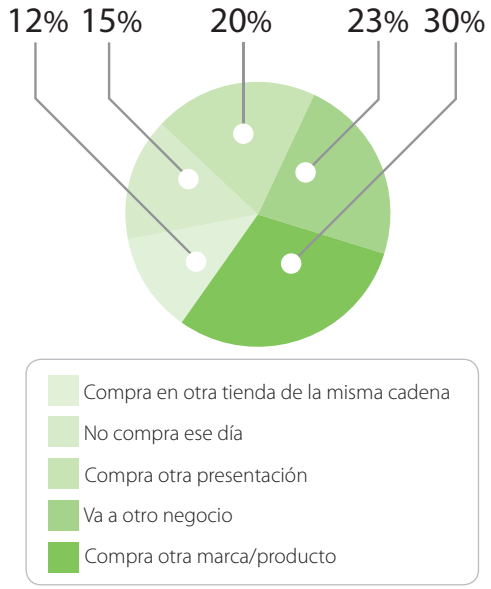



¿Dónde realiza sus compras?

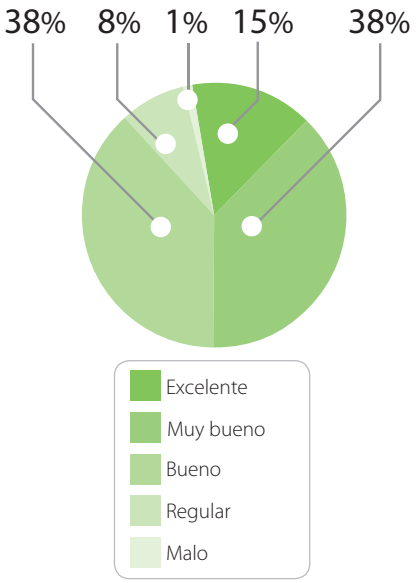



Total encuestados: **4875**

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




¿Cómo considera el abastecimiento del local?




© GS1 Argentina 2012

## **Participantes** FMG 2012

AGD ALIMENTOS NATURALES
Aguas Danone de Argentina
ARCOR
BDF Beiersdorf
BIMBO
Carrefour
CASA BIANCHI
COOPERATIVA OBRERA SUPERMERCADOS La empresa social de los propios consumidores
DANONE
DISCO
Fargo el pan del día
SC Johnson A FAMILY COMPANY
JUMBO cencosud
kraft foods
LA ANONIMA
La Virginia Sabores que conquistan
Libertad el hiper de tu familia
MOLINOS Lo mejor de nosotros
Nestlé Good Food, Good Life
P&G
Vea cencosud
Unilever
GS1 Argentina


© GS1 Argentina 2012

GS1 Argentina

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 visibilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

A nivel mundial GS1 cuenta con una red de Organizaciones Miembros en 111 países que brindan servicio a más de 1 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

www.gs1.org.ar