

2015 / Septiembre

16º Estudio

Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG)



16° Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola de GS1 Argentina

Herramienta fundamental en la toma de decisiones para poder mejorar la Presencia de Productos, las Ventas y el Servicio al Cliente.



...para cada uno de los productos faltantes se indagan, identifican y exponen detalladamente las causas que dieron lugar a la no presencia en góndola cuando el consumidor fue a comprarlo.

GS1 Argentina desarrolla junto a las principales Cadenas de Supermercados y Proveedores hace más de 14 años el Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG).

El estudio tiene como objetivos principales en el Sector de Consumo Masivo:

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

FMG es la herramienta que permite además de conocer el nivel de quiebres en góndola, obtener en profundidad información sobre las causas que originan cada uno de esos faltantes.

En este informe podrán ver que para cada uno de los productos faltantes se indagan, identifican y exponen detalladamente las causas que dieron lugar a la no presencia en góndola cuando el consumidor fue a comprarlo.

Este estudio ha evolucionado en el sector y desde hace 2 años estamos haciendo un FMG por semestre con un marcado interés de los participantes por conocer sus oportunidades de mejora. En esta oportunidad se ha llegado a un dígito de faltante luego de varios años de indicadores más altos. Estas mejoras se realizan con el compromiso de las empresas en optimizar sus procesos para lograr una mayor disponibilidad de sus productos para el consumidor final.

Venimos trabajando a nivel regional desde hace ya 4 años con distintas GS1 de Latinoamérica realizando el FMG con una metodología homologada. Esto nos permite tener un benchmarking regional y brindar a los participantes información comparable para la toma de decisiones.

GS1 Argentina trabaja en estudios colaborativos, como el FMG, siendo estos un pilar fundamental para la Comunidad de Consumo Masivo. Con la información de FMG se detectan oportunidades de mejora y se pueden implementar procesos más eficientes para alcanzar un 95% de presencia en Góndola.

Rubén Calónico
Gerente General GS1 Argentina

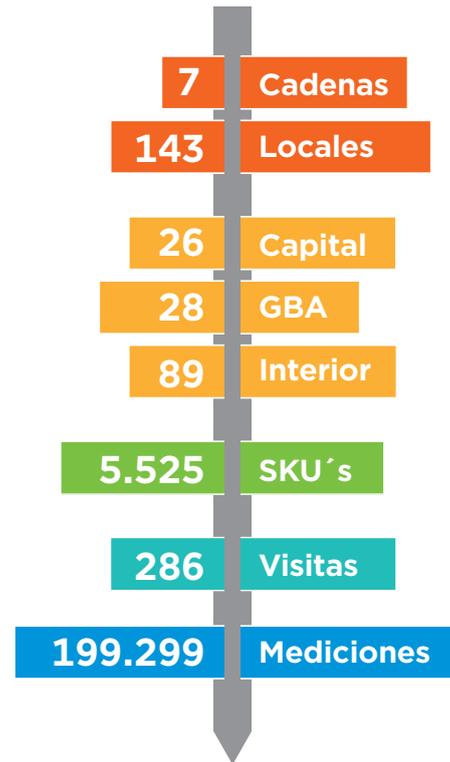
Datos generales del Estudio FMG 2015/Septiembre

Los más de 5.500 productos de diferentes categorías que fueron medidas en el FMG 2015 corresponden al portafolios de sku´s de mayor venta de cada uno de los 143 salones de ventas que fueron auditados a través de más de 199 mil mediciones.

7 Cadenas de Supermercados y 17 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).

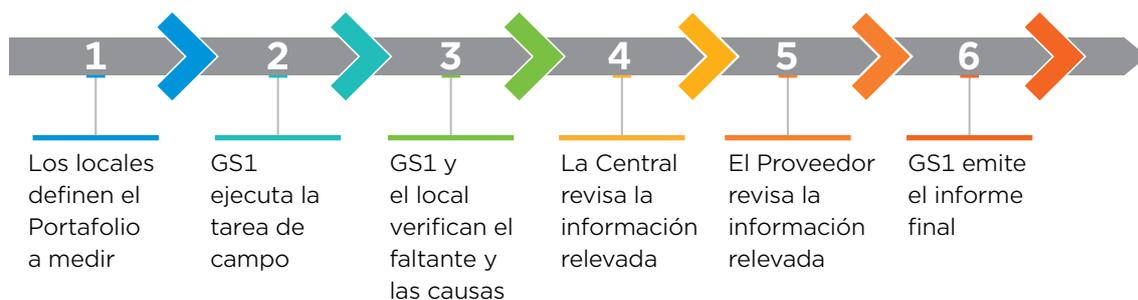
Dimensiones del estudio



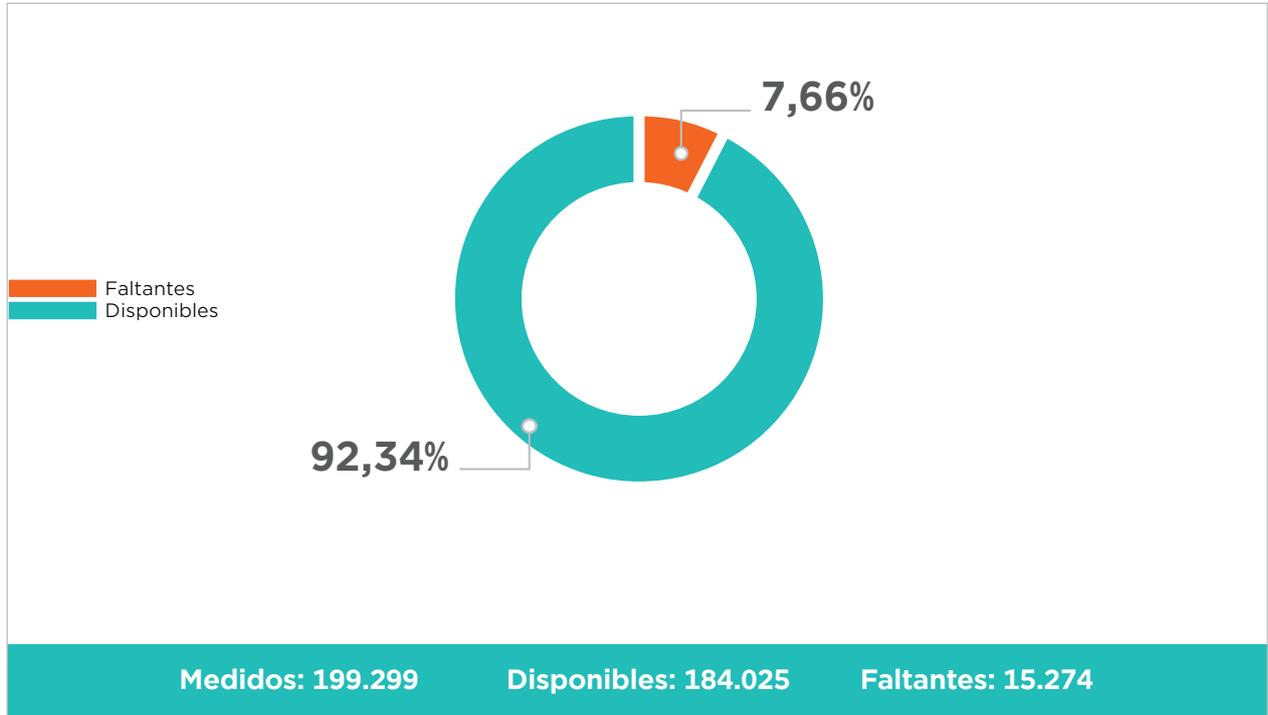
Período de mediciones



Metodología



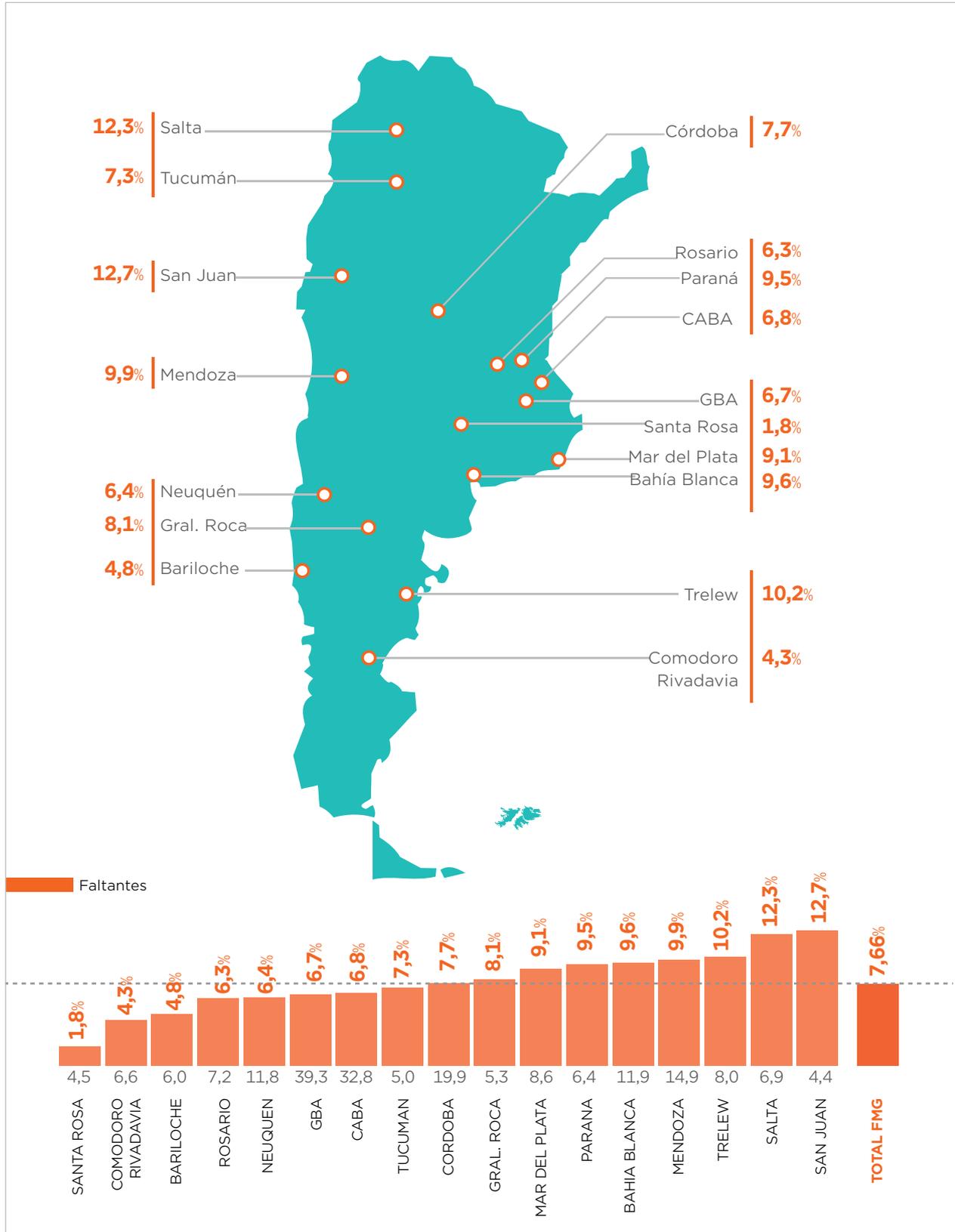
Resultados generales FMG 2015/Septiembre



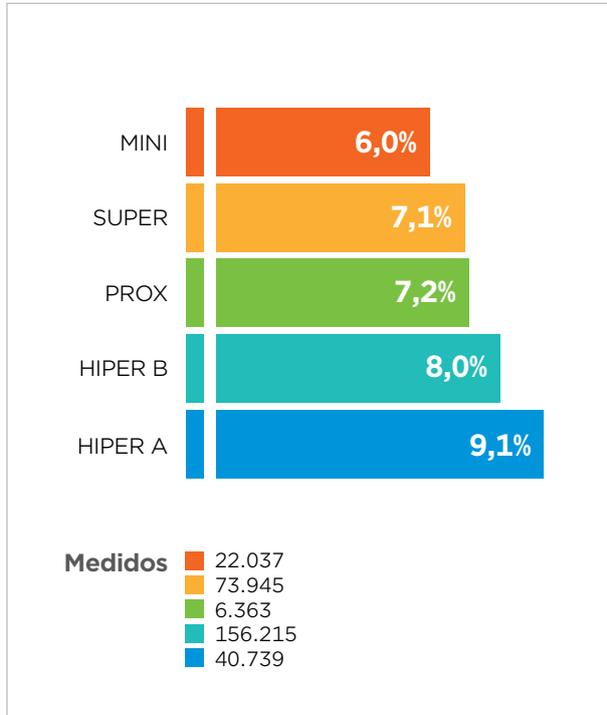
Evolución anual FMG



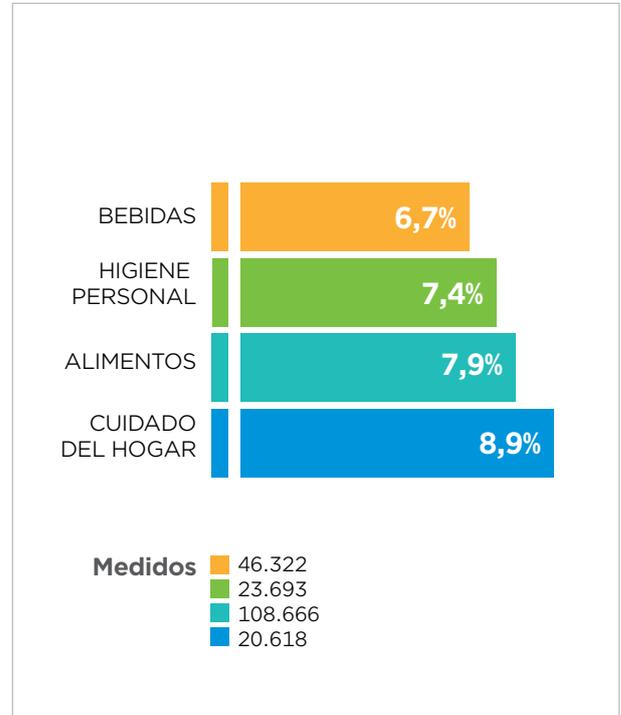
FMG por plaza



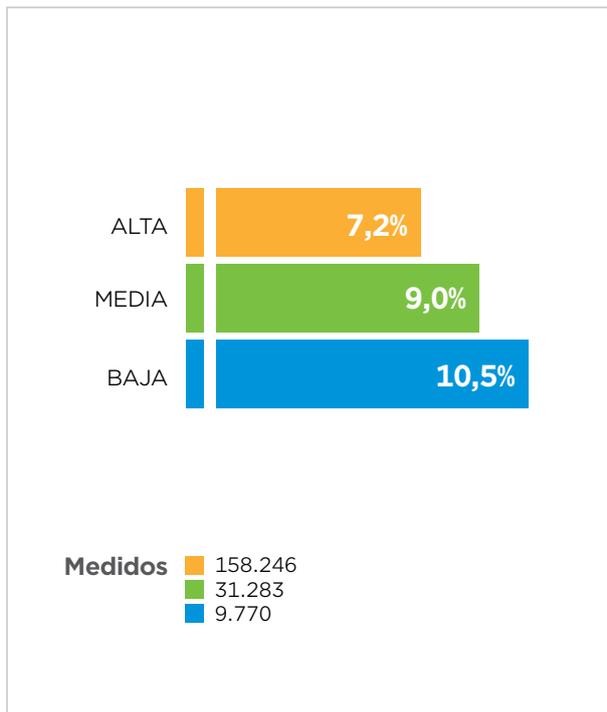
FMG por formato



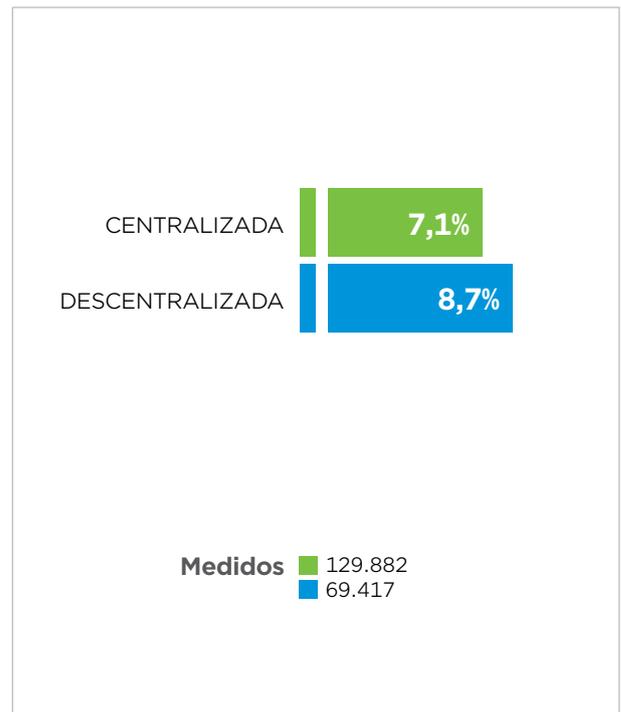
FMG por familia de producto



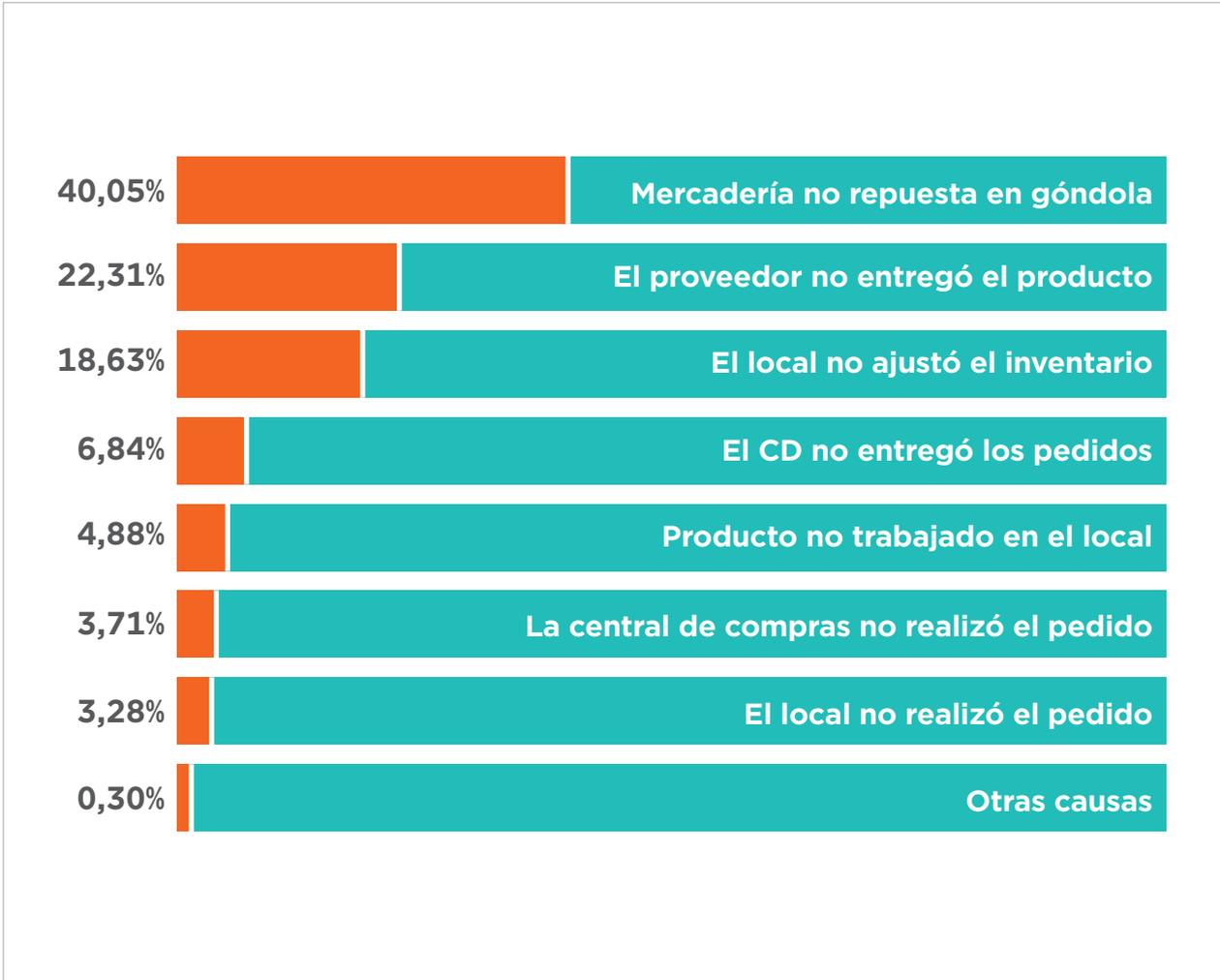
FMG por tipo de rotación



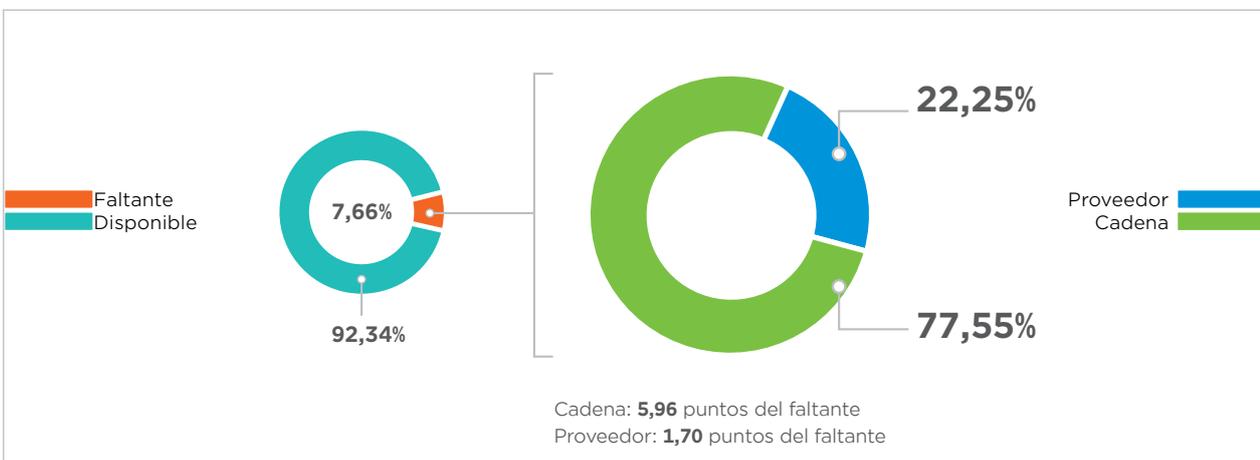
FMG por tipo de entrega



Causas de FMG según las cadenas



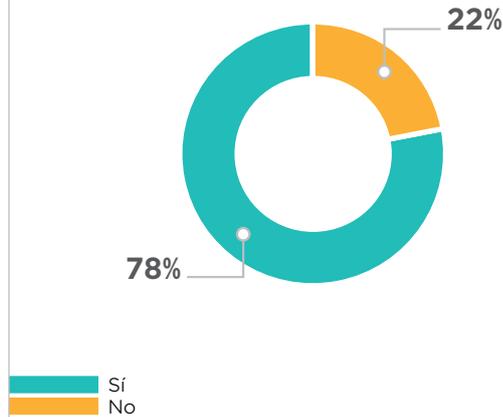
Apertura de FMG



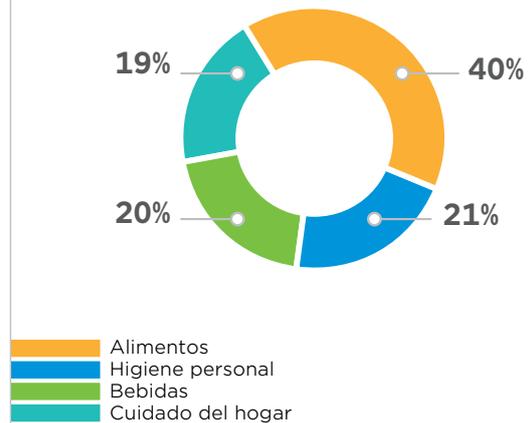
Encuestas a consumidores

Total encuestados: **7.851** en **143** locales

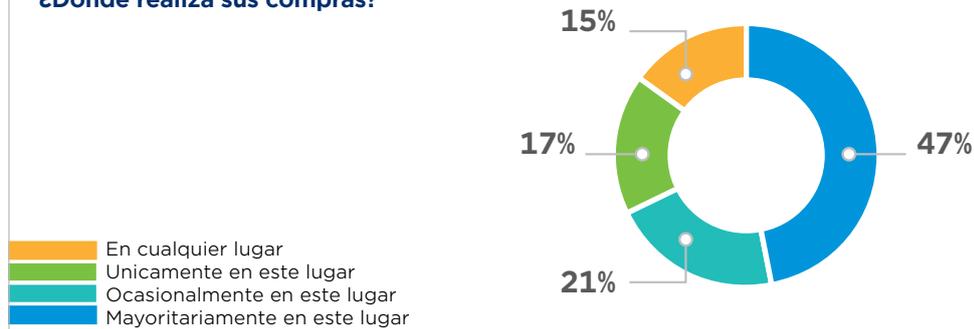
¿Encontró todos los productos que buscaba?



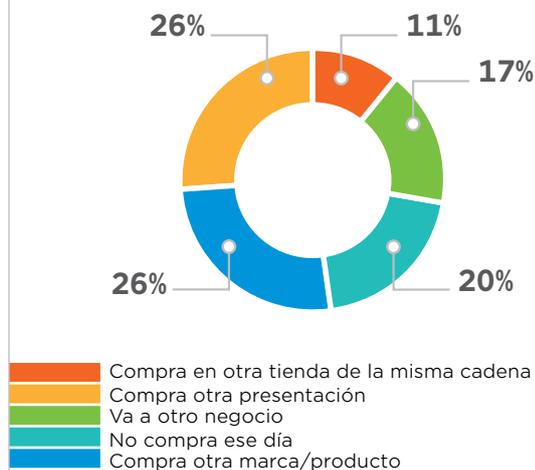
¿Qué productos no encuentra con mayor frecuencia?



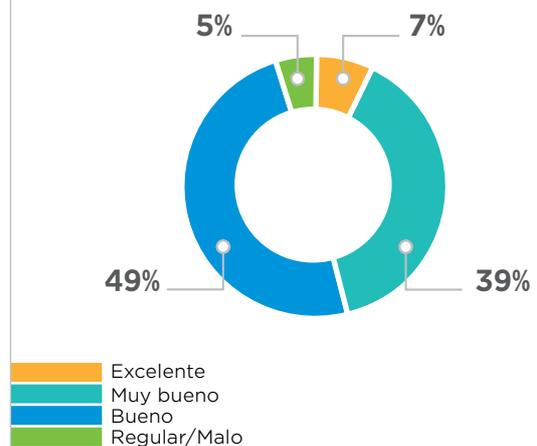
¿Dónde realiza sus compras?



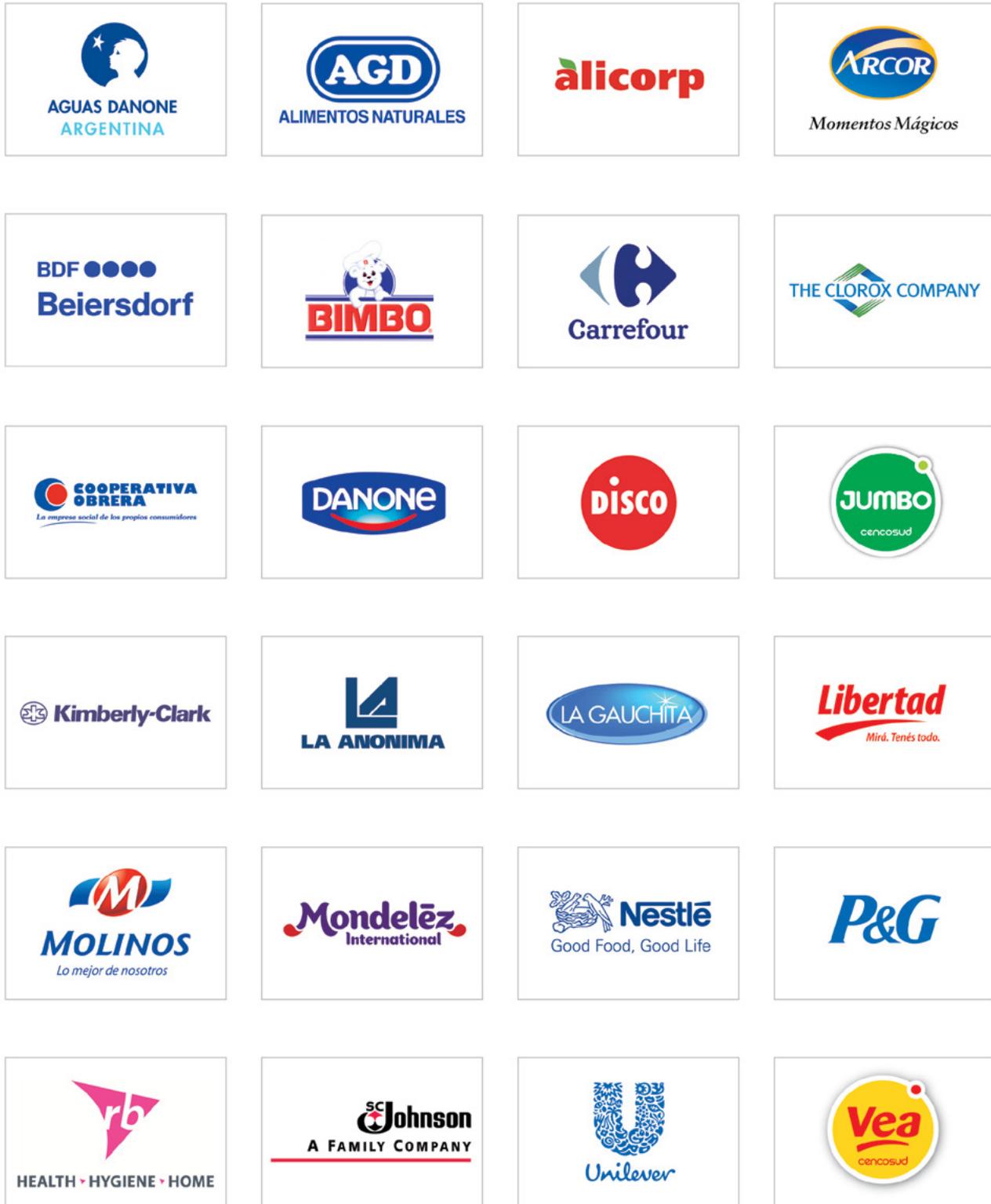
¿Con cuál de las siguientes frases se siente identificado cuando no encuentra un producto?



¿Cómo considera el abastecimiento del local?



Participantes activos* FMG 2015/Septiembre



* Participantes que reciben la información detallada del Estudio FMG, de un total de **402** proveedores medidos en el mismo



Acerca de GS1

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 la visibilidad a lo largo de la cadena de valor.

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

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

Fraga 1326 (C1427BUB)
Ciudad de Buenos Aires
Argentina

T +54 (11) 4556 4700

E info@gs1.org.ar

www.gs1.org.ar

