GS1 Argentina

El Lenguaje Mundial de los Negocios

2018 / Marzo

21º Estudio
Faltantes de Mercadería en Góndola
(FMG)

21º Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola de GS1 Argentina

La disponibilidad del producto en góndola es fundamental para una buena experiencia de compra. GS1 Argentina trabaja en conjunto con cadenas y proveedores para mejorar el servicio al cliente y maximizar las ventas.

"Trabajo colaborativo con Cadenas y Proveedores del sector de Consumo Masivo en el que se identifican los faltantes de cada producto y las causas que los originaron".

Hace más de una década que GS1 Argentina realiza el Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG), trabajo colaborativo con Cadenas y Proveedores del sector de Consumo Masivo en el que se identifican los faltantes de cada producto y las causas que los originaron.

FMG tiene una metodología homologada a nivel Latinoamérica y se realiza en varios países de la región de la misma forma. Así los resultados pueden ser comparables y ayudar en la toma de decisiones. En el estudio FMG se miden 4 categorías de productos: alimentos, bebidas, cuidado del hogar e higiene personal.

Cada retail selecciona según los parámetros indicados por GS1 los productos a medir por tienda. La selección hace foco en los productos de mayor venta y se relevan diferentes formatos de tiendas durante todos los días de la semana. Este año hemos visitado 23 ciudades en toda la Argentina incluyendo por primera vez Río Gallegos y San Luis. El análisis se completa con una cantidad importante de mediciones sobre el comportamiento de los consumidores ante los faltantes de productos.

La información que brinda el estudio FMG es accionable y se comparte entre Cadenas y Proveedores. De esta forma logramos trabajar en la mejora de procesos de la cadena de abastecimiento para aumentar la disponibilidad de productos en góndola.

GS1 Argentina tiene soluciones que brindan información de gestión para poder mejorar temas de disponibilidad y presencia en los puntos de venta. Las propuestas más destacadas son: Solución OSA (On Shelf Availability), Perfect Store y Estudio en Reposición.

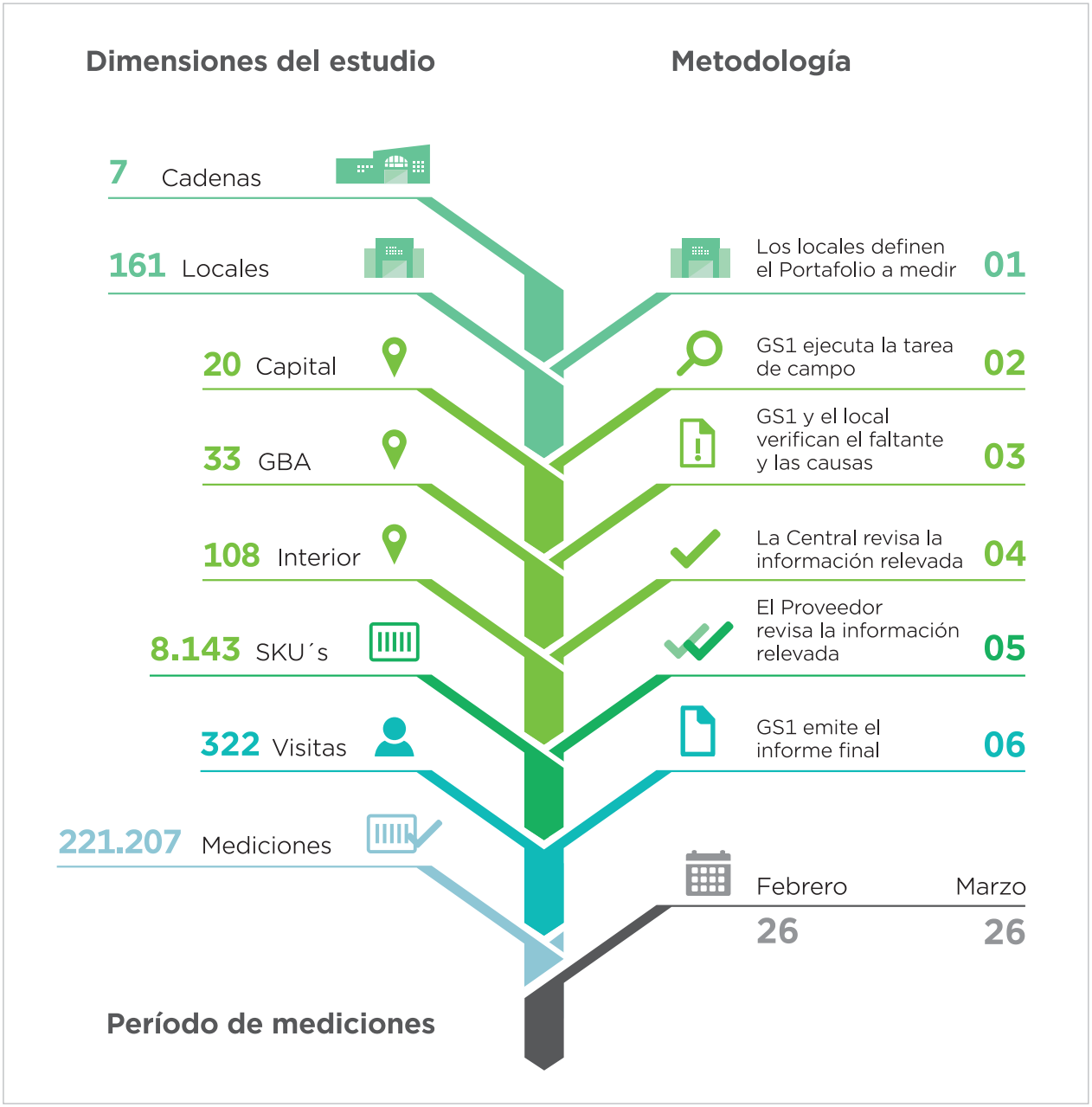
© GS1 Argentina 2018

Datos generales del Estudio FMG 2018/Marzo

Los casi 8.200 productos de diferentes categorías que fueron medidos corresponden al portafolios de sku´s de mayor venta de cada uno de los 161 salones de ventas auditados a través de 221 mil mediciones aproximadamente.

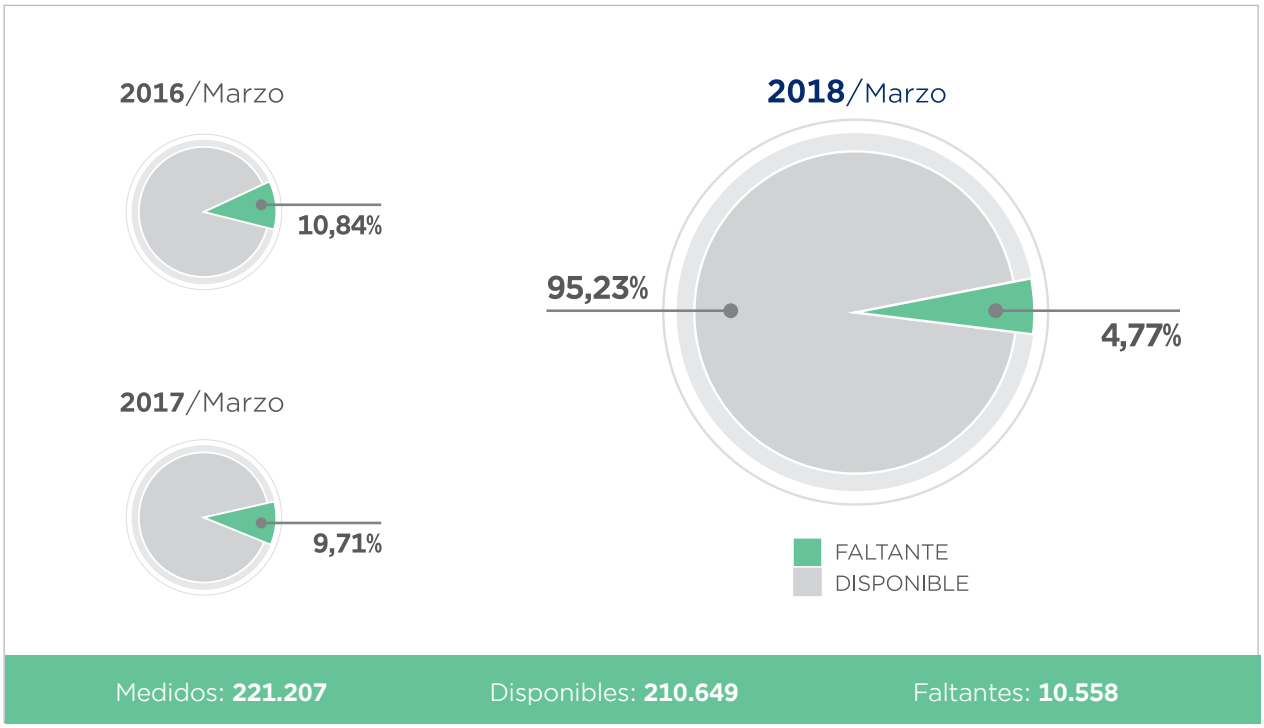
7 Cadenas de Supermercados y 16 Proveedores participaron activamente en la identificación de las Causas de los Faltantes encontrados, información que se comparte entre todos y que resulta clave para implementar mejoras y aprovechar oportunidades de negocio.

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).



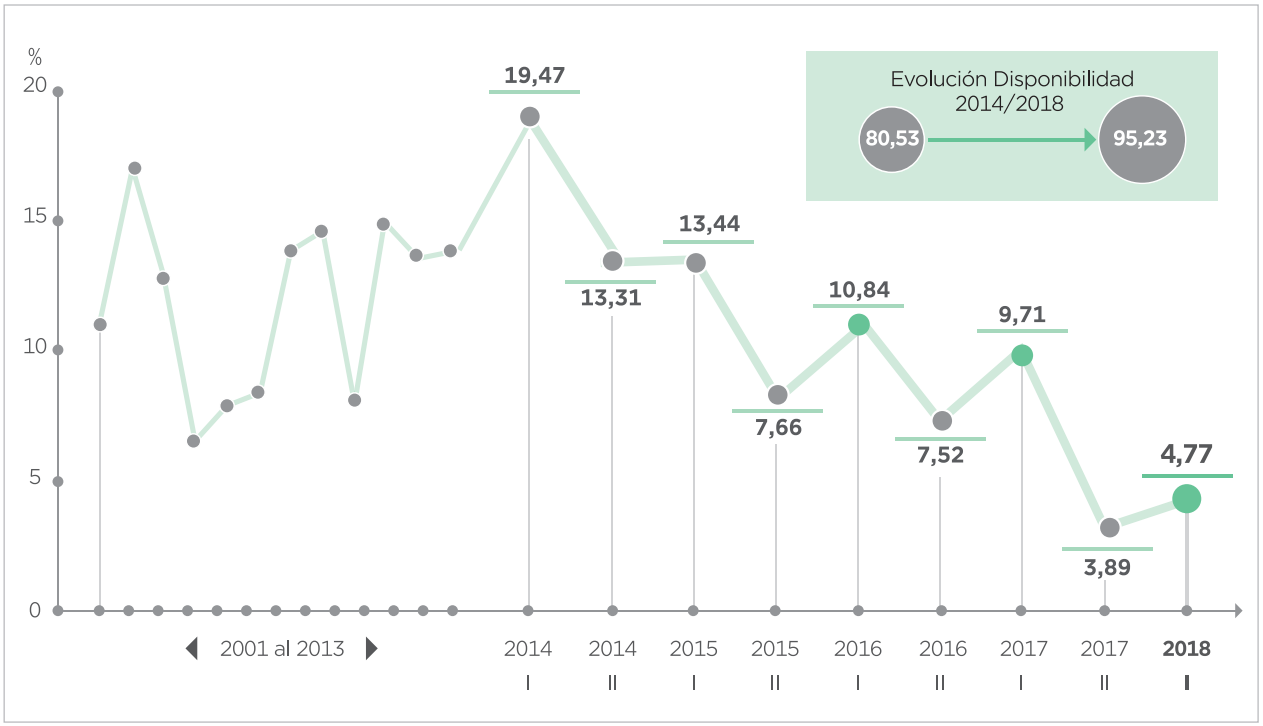
© GS1 Argentina 2018

Resultados generales FMG 2018/Marzo



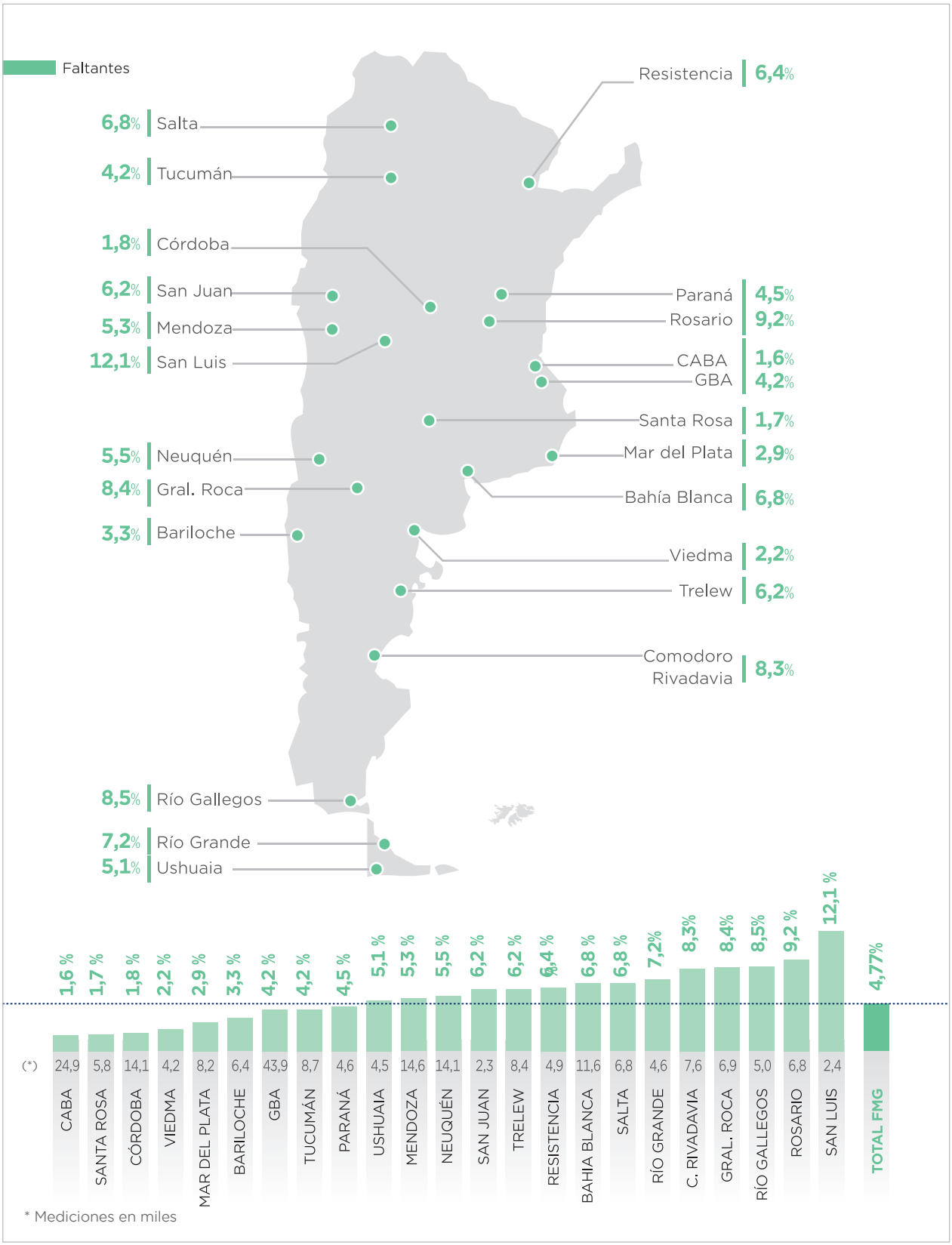
Medidos: **221.207** | Disponibles: **210.649** | Faltantes: **10.558**

Evolución anual FMG



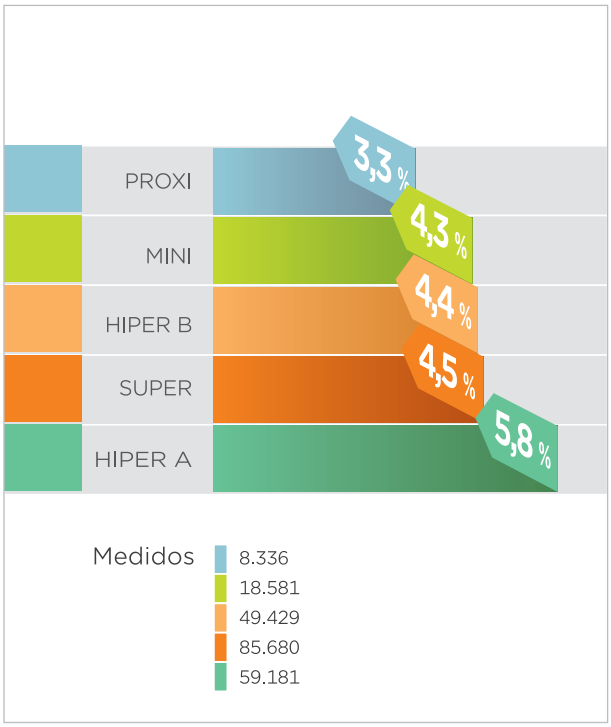
© GS1 Argentina 2018

FMG por **plaza**

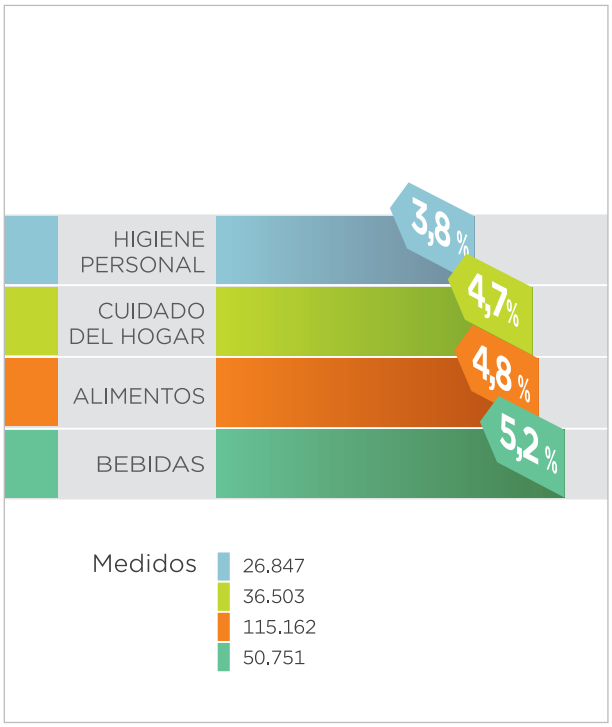


© GS1 Argentina 2018

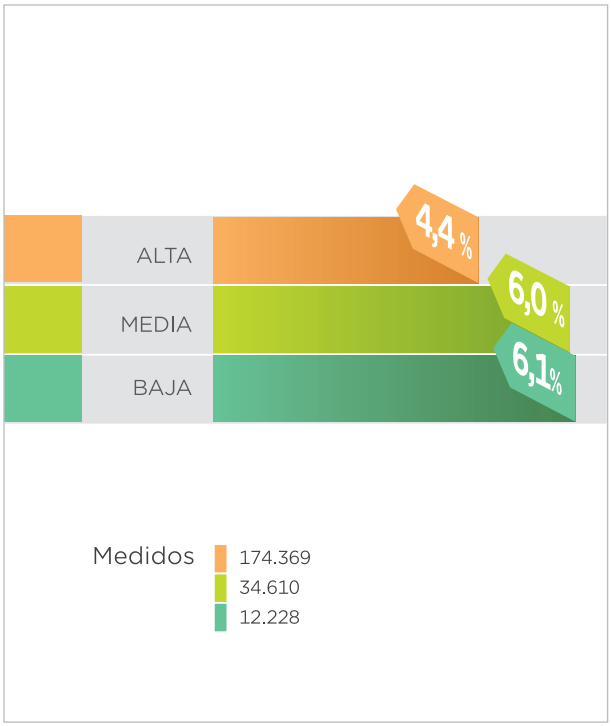
FMG por **formato**



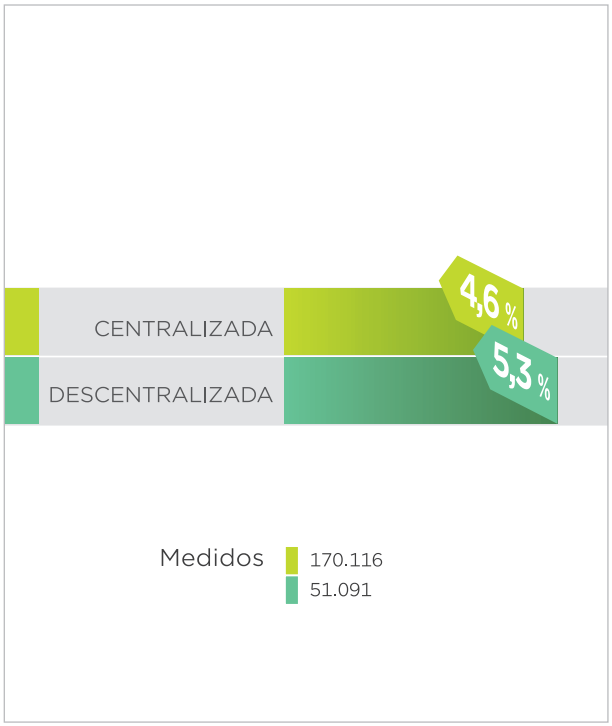
FMG por **familia de producto**



FMG por **tipo de rotación**

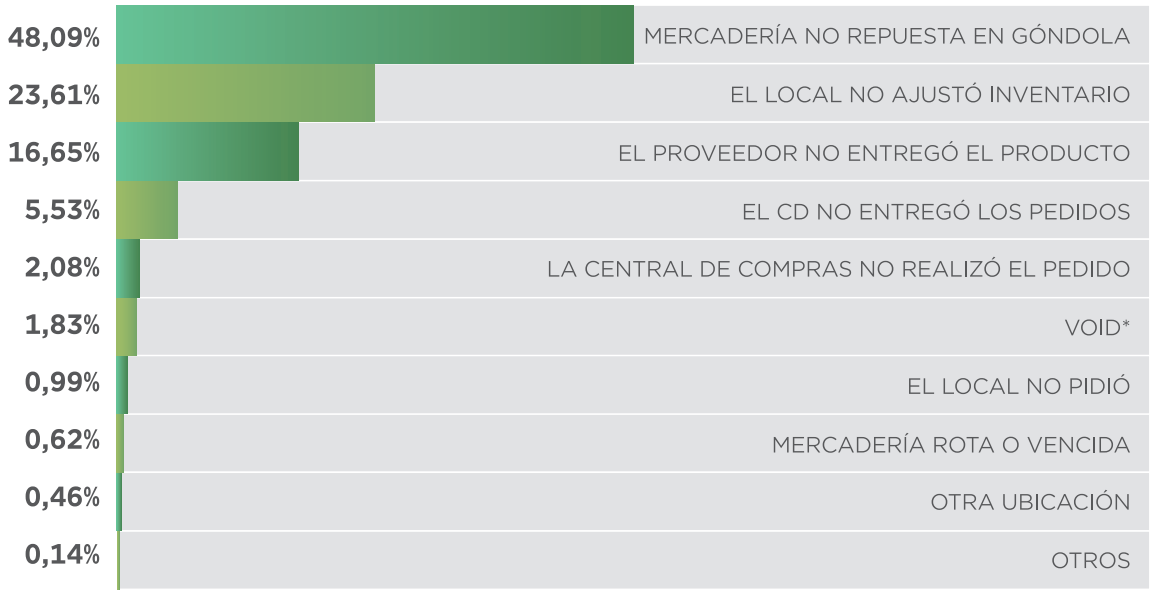


FMG por **tipo de entrega**



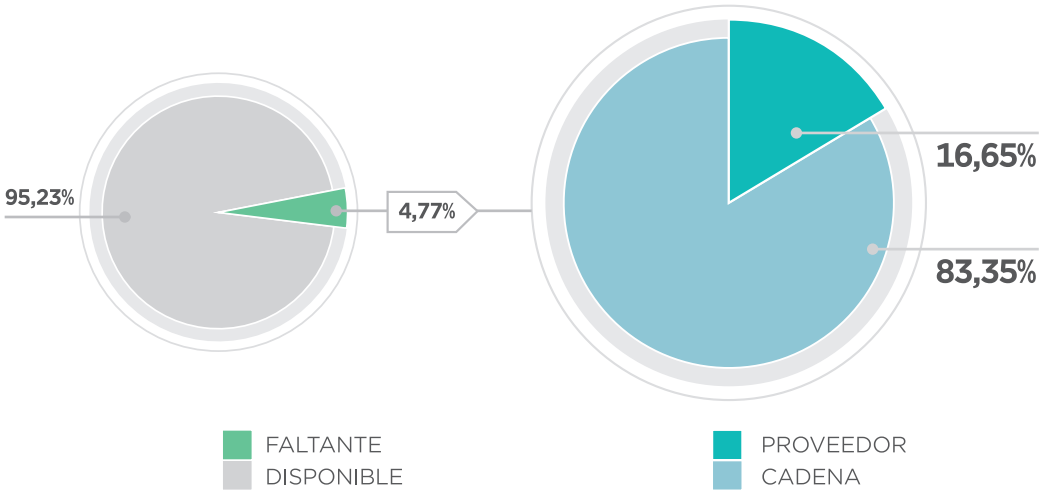
© GS1 Argentina 2018

Causas de FMG según las cadenas



*VOID: Productos discontínuos + Productos no trabajados en el local

Apertura de FMG



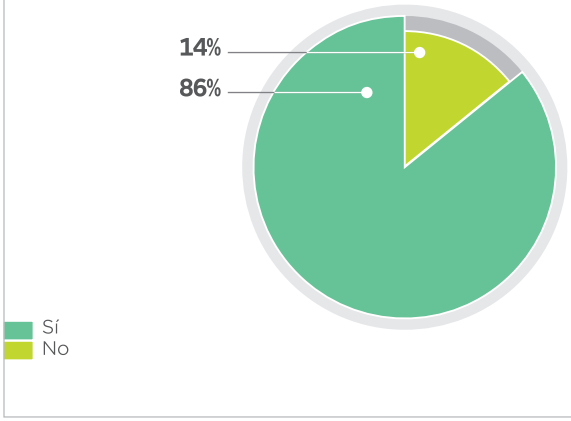
PROVEEDOR: **0,79** puntos del faltante
CADENA: **3,98** puntos del faltante

© GS1 Argentina 2018

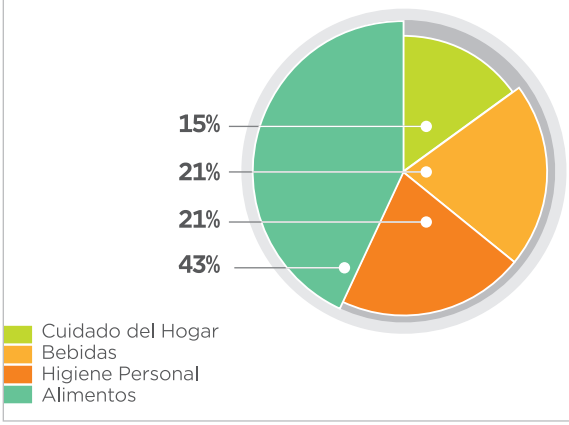
Encuestas a consumidores

Total encuestados: **6.047** en **161** locales

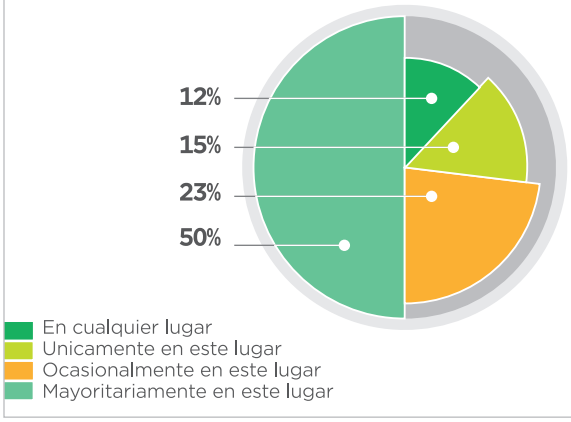
¿Encontró todos los productos que buscaba?



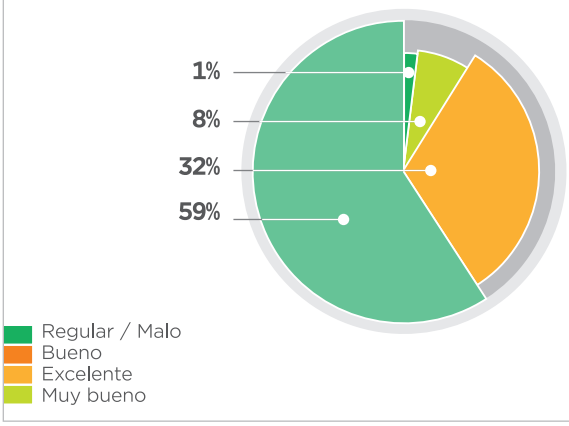
¿Qué productos no encuentra con mayor frecuencia?



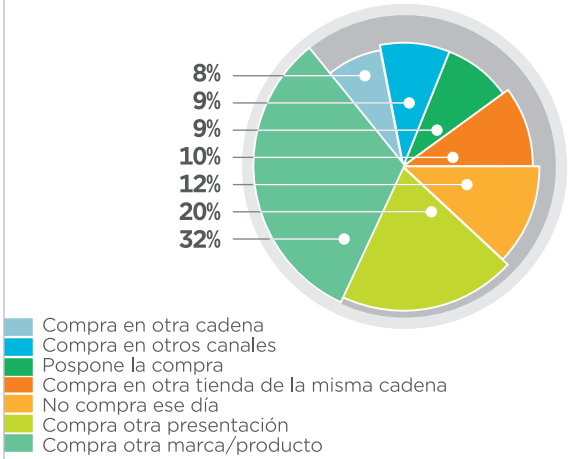
¿Dónde realiza sus compras?



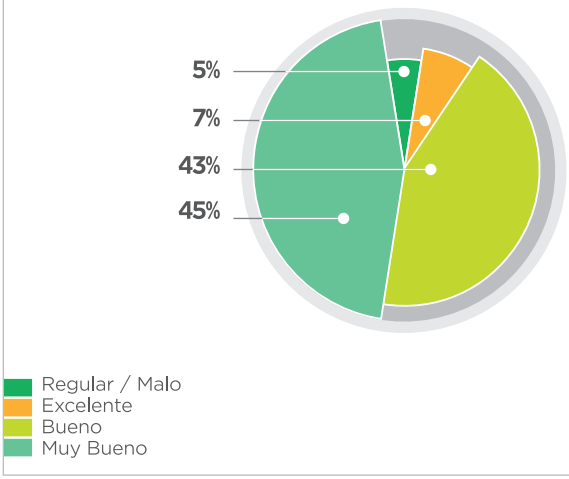
¿Cómo califica al local?



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



¿Cómo considera el abastecimiento del local?



© GS1 Argentina 2018

Participantes activos* FMG 2018/Marzo

AGUAS DANONE ARGENTINA
alicorp
ARCOR Momentos Mágicos
CCU ARGENTINA
Carrefour
THE CLOROX COMPANY
COOPERATIVA OBRERA La empresa social de los propios consumidores
DISCO
GRUPO CEPAS.
GRUPO PEÑAFLOR Bodegas Argentinas Líderes
JUMBO cencosud
Kimberly-Clark
LA ANONIMA
LA SERENISIMA la verdad láctea
La Virginia Sabores que conquistan
Libertad Mirá. Tenés todo.
MOLINOS Lo mejor de nosotros
Mondelēz International
Nestlé Good Food, Good Life
P&G
SC Johnson A FAMILY COMPANY
Unilever
Vea cencosud

* Participantes que reciben la información detallada del Estudio FMG, de un total de **440** proveedores medidos en el mismo

© GS1 Argentina 2018

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 112 países que brindan servicio a más de 1 millón de compañías.

En GS1 Argentina, trabajamos activamente para nuestras más de 18.500 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