

INFORME

Desvelados por la respuesta del consumidor

GSI Argentina presentó un nuevo informe sobre faltantes de mercadería en góndola (FMG), que apunta a revelar las causas que provocan esta situación, crítica para los operadores.

Liliana Iglesias Para LA NACION

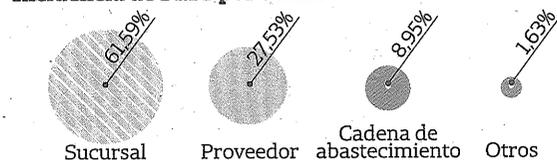
Los faltantes de mercadería en las góndolas de los supermercados afectan a todos los involucrados en la cadena de abastecimiento; en consecuencia, son diversas las variables que participan para que finalmente un producto se encuentre o no en el lugar habitual de exposición en el momento que el consumidor lo necesita.

En este sentido, ante un faltante, el consumidor adopta distintas actitudes: puede sentir frustración por no encontrar el producto "deseado", sustituir la marca habitual, comprar otra presentación del producto o, simplemente, abandonar el salón de ventas. Es por esto que GSI Argentina realiza desde hace diez años, el Estudio de Faltante de Mercadería en Góndola (FMG) conjuntamente, con distintas cadenas de supermercados y proveedores para que aporten datos reveladores sobre los motivos del faltante especialmente, en cuatro categorías clave: alimentos, cuidado del hogar, bebidas e higiene personal.

El objetivo del estudio es, en definitiva, exponer detalladamente las causas que originan los faltantes detectados y mostrar el porcentaje promedio de quiebres de stock del mercado; de esta manera, las empresas pueden obtener datos concretos para optimizar los procesos, reducir los quiebres de stock, incrementar ventas y utilidades y fundamentalmente, brindar un mejor servicio al consumidor final.

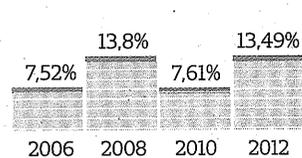
Primero, se unificaron los criterios de valoración: "Un FMG es todo producto que no pueda ser localizado por el consumidor final en el lugar habitual de exhibición dentro del salón de ventas (exhibición primaria)". Luego, entre el 5 de mayo y el 15 de junio de 2012 se realizaron 200.998 mediciones de 5700 productos de mayor venta dentro de las categorías de alimentos, cuidados del hogar, bebidas e higiene personal. Estos productos corresponden al portafolio de unidad de guardado de inventario SKU (*stock keeping unit*) y registraron 173.885 faltantes (13,49%) del total de mediciones realizadas. Se-

Incidencia de FMG por sector



Fuente: GSI Argentina / LA NACION

Evolución anual



gún Rubén Canónico, gerente general de GSI Argentina, en el estudio FMG 2012 se mejoraron los procesos y se incorporaron herramientas tecnológicas que dieron por resultado una mayor disponibilidad de los datos y una mayor confiabilidad en todo su desarrollo.

Participantes

Para llevar a cabo el II° estudio anual de FMG y obtener datos sobre las causas de los faltan-

tes identificados, GSI Argentina convocó a 7 cadenas y 118 salones de ventas localizados en distintos puntos de la Ciudad de Buenos Aires, GBA, Neuquén, Córdoba, General Roca (Río Negro), Mendoza, Rosario, Santa Rosa, Bahía Blanca, Trelew, Comodoro Rivadavia, Tucumán y Salta. Para ampliarlo se incluyeron además, datos suministrados por 15 proveedores a quienes se les enviaron los quiebres atribuidos a su responsabilidad, para que indiquen las

causas propias que los originaron, o bien para que rectifiquen la información relevada.

De las 200.998 mediciones, el informe reveló que 173.885 (86,5%) de los productos estaba disponible, y el resto 27.113 (13,%) correspondía a los faltantes. En comparación con el año anterior, el informe reveló 13,5%, un punto y medio por debajo de los resultados obtenidos en 2011 (14,9%).

Además, para conocer la respuesta de los consumidores ante un faltante, se realizaron en los locales visitados, 4875 encuestas que revelaron que el 76 por ciento de los consumidores encontró el producto que buscaba, mientras, que el 24 por ciento restante no.

Ante la pregunta: "¿dónde realiza sus compras?", el 41 por ciento de los encuestados respondió "mayoritariamente en este lugar", el 34 por ciento contestó que "únicamente en este lugar", el 8 por ciento respondió "ocasionalmente en este lugar" y el 17 por ciento dijo que "en cualquier lugar".

Respecto de la actitud de compra del consumidor ante la falta de producto en góndola, la encuesta reveló que el 30 por ciento decide comprar otra marca u otro tipo de producto; el 23 por ciento va a otro negocio; el 20 por ciento compra otra presentación de ese producto; el 15 por ciento no compra ese día; y por último, el 12 por ciento compra en otra tienda de la misma cadena.

En cuanto al abastecimiento del local, el 15 por ciento de los consumidores lo consideró excelente, el 38 por ciento muy bueno, otro 38 por ciento bueno, el 8 por ciento regular y el 1 por ciento restante, malo.

Causas

Los motivos que determinaron los faltantes responden a diversas variables; sobre el abastecimiento en general, el informe reveló que el 27,5 por ciento de las cadenas consultadas indicó que el proveedor no entregó el producto; el 25,6% que el local no realizó ajustes de inventario; el 21,8 por ciento que no se repuso

SÍNTESIS

GSI es una organización global que tiene por objetivo fomentar estándares para optimizar toda la cadena de valor. Cuenta con sedes en 111 países y en la Argentina trabaja con más de 8500 empresas asociadas. El estudio FMG refleja las causas que originan los quiebres de stock. Los datos revelados se comparten entre todos los actores de la cadena y son claves para implementar mejoras y aprovechar mejor las oportunidades de negocio. Este año, el informe arrojó casi un 13,5% de faltantes de mercaderías en góndola, apenas 1,5% por debajo del 14,9% relevado en el estudio realizado el año último.

T - 135.000 ejemplares
- Tirada nacional
- Fecha de cierre: 23/10
- Fecha publicación: 30/10

TRANSPORTE & LOGÍSTICA

El líder en comunicación nacional del sector

Publique su aviso / 4779-5300

WWW.MASSUM.COM
UNIENDO AL MUNDO, SIN FRONTERAS

LOS VIERNES
aducultura

Inyección de Geopolímeros

Pisos hundidos?

WWW.URETEKARGENTINA.COM.AR

HORMETAL

OBRAS LLAVE EN MANO
ESTRUCTURAS METÁLICAS. PISOS INDUSTRIALES
CENTROS LOGÍSTICOS. OBRAS INDUSTRIALES
HIPERMERCADOS. CELDAS DE ACOPIO

www.hormetal.com

Aut. Panamericana 2250 Km 40.5 (B1619JSX) Garín, Bs. As., Argentina
Tel. (+54 11) 5918-6800 - e-mail: hormetal@hormetal.com

GRUPO OSTAPOVICH