Del anuncio público del secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, respecto de la aplicación de la ley de abastecimiento –una norma que estaba en desuso y que contempla penas de cárcel para quienes no aseguren el abastecimiento– ya pasaron varias semanas. A aquella amenaza le siguieron varias promesas más.

Pero, aun cuando se percibe mayor oferta de combustible en algunas áreas urbanas, los empresarios del sector podrían realizar algún tipo de medida de fuerza. Así lo anunció la semana pasada el presidente de la Federación Argentina de Transporte Automotor de Cargas (Fatac), Vicente Bouvier. "No hay gasoil a 1,60 pesos y menos a 1,40. Algo se consigue a 2 pesos, pero para asegurarse hay que prever el litro a 2,20. Eso cambia sustancialmente la ecuación económica del fletero", señaló.

Y Morales, de Fadeeac, coincidió: "Si el transportista continúa padeciendo la falta de gasoil, no convendrá sacar un camión a la ruta y se verá resentido, afectado y demorado el aprovisionamiento de mercadería, por lo que la consecuencia más clara y directa será el desabastecimiento de productos en caso de que persista esta situación".

El presidente de la Confederación Argentina de Transporte Automotor de Cargas (Catac) afirmó: "Estuvimos reunidos con el secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, y dijo que iba a hacer *llover* gasoil, pero hasta ahora no vimos que pase eso".

Lo cierto es que los empresarios del transporte y los del agro siguen esperando que el pronóstico del tiempo cumpla las promesas del funcionario.

Según el coordinador del Programa de Posgrado en Logística y Solución de Casos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Esteban Liberman, "es importante que el Gobierno explique a la población que esto se produce porque la Argentina, que es el país de América del Sur que menos participación estatal tiene en energía, está creciendo cifras muy importantes que no fueron previstas".

El fantasma de la ausencia de mercadería en góndola

Para la cadena de *retail* el negocio está en la rotación de los productos, quién no lo sabe. Por eso, cuando en las góndolas falta mercadería, el comercio resigna rentabilidad. De allí que este tema sea de seguimiento directo para los responsables del abastecimiento en grandes y pequeñas superficies comerciales. Y por lo mismo, desde hace unos años, GS1 Argentina viene realizando su *Estudio sobre el faltante de mercadería en góndola*.

"El objetivo del estudio es posibilitar a las empresas del sector que conozcan el impacto que producen los faltantes en el negocio, que conozcan en detalle los principales motivos que los ocasionan y que tengan una guía de recomendaciones acerca de las prácticas que pueden ser utilizadas para reducirlos", señala el trabajo.

Las principales conclusiones de la investigación son las siguientes:

■ En primer lugar, se registra un leve aumento del porcentaje de faltante sobre el total de mediciones, que saltó del 6,09% en 2005 al 7,52% este año.

■ La responsabilidad de que ese 7,52% de mercadería falte está repartida: el 61,88% corresponde a la cadena y el 38,12%, al proveedor.

Faltante

Porcentaje de faltantes de mercadería en góndola

Actitud del consumidor frente al faltante de mercadería

Fuente: GS1 Argentina LA NACION

■ Por sector operativo, el faltante se reparte de la manera siguiente: 40,38%, en el local de ventas; 38,12%, en el proveedor; 20,45%, en el centro de distribución, y 1,05% en el área de compras.

■ Las principales causas de los faltantes en el local de ventas son las siguientes: en el 45,45% de los casos la mercadería no fue repuesta en góndola; en el 16,41%, el local no realizó el correspondiente ajuste de inventario; en el 15,24%, el local no hizo el pedido correspondiente, y en el 9,63%, el encargado del sector no detectó la falta del producto.

■ Otro dato clave que se desprende del trabajo de GS1 es el que refleja la actitud del consumidor: en el 46,08% de los casos compra otra marca; en el 28,63%, va a otro negocio a comprar, y en el 25,29%, no compra ese día.

■ Los índices de faltantes más altos se registran en Bahía Blanca, Córdoba, Rosario y Mendoza, cuyos porcentajes están por encima del promedio. Capital, Gran Buenos Aires y Neuquén, las otras zonas evaluadas, son las que equilibran la balanza.

En esta edición, la medición incorporó los casi quiebres, que refiere a todo producto que siendo de rotación alta presente sólo tres unidades o menos en la góndola de un híper o supermercado. No obstante, el relevamiento sólo mostró un 0,48% de casi quiebres, que –por su incidencia en el negocio– podrían sumarse al 6,72% de faltante en el género de productos de alta rotación.

La versión completa del trabajo está disponible en *http://www.gs1.org.ar/Descargas/FMG_2006.pdf*