

INVENTARIO

# Góndolas: tras el eslabón perdido

Los faltantes de mercadería generan pérdidas que afectan a todos los actores de la cadena de abastecimiento

LILIANA IGLESIAS  
PARA LA NACION

¿Qué sucede en la mente de un consumidor cuando va al supermercado y no encuentra en su góndola habitual el producto que necesita?

Más allá de las conjeturas que el potencial comprador pueda plantearse ante la ausencia del producto que desea adquirir, existe un "detrás de escena" que escapa a su condición: un problema logístico que involucra a cada uno de los integrantes de la cadena de abastecimiento.

Diversidad de motivos y variables participan en los quiebres de stock incidiendo, consecuentemente, en la disminución de las ventas.

Los faltantes de mercadería en góndola (FMG) se refieren a un concepto que alude a aquellos productos que no pueden ser localizados por el consumidor final en el lugar de exhibición dentro del salón de ventas.

Con esta premisa bajo consideración, GS1 Argentina realiza anualmente un estudio en el que intenta identificar, analizar y exponer los motivos que originaron la falta del producto en góndola a la hora de la compra.

En términos generales, está orientado a capitalizar al máximo el potencial de ventas y brindar un servicio de excelencia a los clientes y consumidores.

El 10° Estudio de Faltantes de



Alrededor de 33.000 productos "faltaron" en las góndolas, según GS1

ARCHIVO

Mercadería en Góndola realizado este año por GS1 reveló los resultados medidos según las distintas variables.

**Porcentaje**

Según el formato del local, el faltante identificado arrojó un 14,42 por ciento para hipermercados y un 14,95 por ciento para los supermercados, mientras que en los minimercados, el faltante ascendió a 26,75 por ciento.

Los proveedores, tampoco quedaron exentos de responsabilidad ante el panorama de faltantes. Efectivamente, se les enviaron los quiebres atribuidos a 14 de ellos y, con esos resultados totales, se realizó un benchmark de los fabricantes y las causas de los faltantes.

De los 220.325 artículos medidos en las categorías alimentos, bebidas, higiene personal y cuidado del hogar, se registraron 32.786 faltantes (14,88 por ciento); en comparación

con el año anterior, se observó un marcado aumento (de casi el 96 por ciento) del faltante. Y este hecho repercute en el comportamiento del consumidor de forma variada.

**Respuesta**

Ante la falta del producto, las encuestas realizadas a los consumidores revelaron que el 37 por ciento decide comprar otra marca u otro tipo de producto; un 28 por ciento compra otra presentación de ese

producto (tamaño); un 26 por ciento no compra ese día, y por último, un 9 por ciento recurre a otro establecimiento para comprar lo que tenía previsto.

El 34 por ciento y 48 por ciento considera que el abastecimiento en el local es muy bueno y bueno, respectivamente.

**Prioridades**

Y, además se reveló que, a la hora de realizar sus compras, el consumidor prioriza con un 17 por ciento

Este año, los faltantes de mercadería en góndola son del 14,88%, porcentaje significativamente más alto que el 7,61% registrado el año último

el reconocimiento del lugar; con un 13 por ciento la disponibilidad; en tercer lugar, con un 12 por ciento, el orden y la limpieza, en tanto que el servicio al cliente y la ubicación del establecimiento se valoran con un 11 por ciento.

A estas variables se suman las filas cortas, las promociones, la variedad y en último lugar los precios bajos.

A partir del estudio de faltantes que GS1 Argentina comenzó a realizar el año 2001, resta preguntarse si es posible que cada uno de los participantes de la cadena de abastecimiento aproveche e implemente procesos más eficientes para concluir, de esta manera, con un incremento en las ventas y, fundamentalmente, con la satisfacción del consumidor.

**C & W** CASTRO CRANWELL & WEISS S.A.  
DIVISION INDUSTRIAS

**Inmobiliaria especialista en el Sector Logístico**

Consúltenos por su nuevo centro de distribución  
**(11) 4320-4341**

SOLICITE SU TASACION (11) 4320-4341

ISO 9001:2008 para el "Sistema de Gestión de Calidad" en el "Servicio de Tasaciones Inmobiliarias"

www.cyw.com.ar José Ingenieros 3030 P. 2° Bs As

EMPRESAS

SAF

**Reconocimiento para el operador logístico**

La empresa especializada en gestión logística compartida SAF recibió por sexto año consecutivo el "Reconocimiento por la Gestión" como proveedor logístico integral de Merisant Argentina, una corporación global que produce 20 marcas de endulzantes en más de 100 países, entre ellas las marcas Equalsweet, Sucaryl, Chuker y Semble. Asimismo recibió el Premio al Proveedor Destacado por sus esfuerzos en la flexibilización de operaciones y aplicación de soluciones a medida, dando respuestas a las necesidades del cliente. "Este reconocimiento de nuestros clientes es un orgullo y un desafío para continuar en el camino de la mejora continua" declaró Ignacio Rey Iraola, director de SAF.

OCA

**Un premio por el aporte al e-commerce**

La empresa de correo privado y servicios logísticos OCA fue premiada en los eCommerce Award Argentina 2011 en la categoría Líderes abriendo nuevos mercados en el Comercio Electrónico en la Argentina. El Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico Ilce otorga estas distinciones con el objetivo de reconocer a las empresas que hacen posible la economía digital en la Argentina y la región. Para este eCommerce Award, en el caso de OCA, se reconoció el desarrollo de Envíos OCA: un servicio integral de logística y distribución de envíos para tiendas online que venden sus productos por e-commerce hacia todo el país. Esta empresa competirá a fin de año junto con los ganadores de las ediciones nacionales de países de la región.

IBM

**Soluciones móviles para la logística**

Los usuarios móviles formarán el 73% de la fuerza laboral de las empresas en 2012, por lo cual las compañías están cambiando de soluciones basadas en información a soluciones centradas en el conocimiento móvil, según un estudio difundido por IBM, firma que posee soluciones de movilidad empresarial. "La distribución, la optimización de rutas y la mejora de la gestión de los recursos, es esencial para un buen funcionamiento del negocio. Al poner dispositivos móviles al alcance del equipo de trabajo, les permite conectarse en tiempo real con los sistemas de la compañía y gestionar eficientemente las flotas, así como también el stock, el despacho y la entrega de paquetes y la gestión móvil de archivos", señalaron desde IBM.