

# XV Estudio de Disponibilidad de Mercadería en Góndola **FMG - 2019**



Octubre 2019



Los estudios de disponibilidad de mercadería en góndola realizados por GS1 Guatemala, año tras año, han apoyado a proveedores y cadenas detallistas de una manera fidedigna a determinar más de 30 causas por las cuales el consumidor no encuentra los productos de sus marcas preferidas en el lugar habitual dentro de cada tienda.

Esta información es medida por un equipo altamente calificado de auditores en tiempo real desde la óptica del consumidor, es decir, definiendo si se encuentra o no el producto y determinando, mediante los sistemas de información de la propia cadena y bajo la verificación física en la misma tienda, las razones denominadas "causales de desabasto", que originan el agotado de los productos, pudiendo tomar acciones inmediatas, gracias a que nuestra infraestructura tecnológica nos

permite transmitir a los responsables de lado del proveedor y de la cadena la información en tiempo real.

Durante 15 años hemos trasladado a todos nuestros socios y a la industria y comercio de Guatemala, un estudio nacional de disponibilidad en góndola (FMG) que este año nos honramos en presentar gracias al aporte de patrocinadores, proveedores y cadenas detallistas, con información detallada de las causales de desabastecimiento en 5 cadenas y sus respectivos formatos de tiendas, con alrededor de 1,000 productos medidos a lo largo de los meses de Julio y Agosto del 2,019 en, al menos, 12 departamentos de Guatemala.

Los datos presentados y analizados en esta entrega nos dan la oportunidad de mejorar la calidad de datos que manejan

proveedores y detallistas a través de la sincronización de información y el catálogo electrónico reduciendo este índice de desalineación denominado VOID, así como determinar en cada proceso dentro de las cadenas y proveedores las mejores acciones para corregir y mejorar el abastecimiento de sus productos.

Esta entrega se hace bajo el marco de la "Fábrica de Negocio" iniciativa que busca que los proveedores tengan más oportunidades de presentar a las cadenas donde su presencia aún no es palpable, sus productos y de igual forma las cadenas tener más ofertantes, la disponibilidad y capacidad de abastecimiento es un factor que determinará la disponibilidad en góndola para futuras mediciones.

Arturo Ramírez  
CEO.

## Parámetros y Metodología

Para mantener la objetividad de la medición se considera que un faltante en góndola es todo aquel producto que no se encuentra en el lugar habitual de exhibición dentro de la tienda, cuando el cliente lo demanda.

**Período de Medición:**  
**1 jul - 15 ago**  
lunes a domingo AM-PM

Número de mediciones realizadas

**114,390**

Promedio de visitas realizadas por tienda

**3**

Número de proveedores medidos

**315**

Total de visitas a tiendas

**154**

## Muestra

Formato



Hipermercados  
**1,000** productos



Supermercados  
**700** productos



Tiendas de Descuento  
**700** productos



Minimercados  
**300** productos

- **OSA** (Producto Disponible en Góndola)
- **OOS** (Fuera de Stock)
- **VOID** (Depurado)

### Categorías y Subcategorías estudiadas:



**Alimentos**

- General
- Perecederos



**Bebidas**

- Alcohólicas
- No alcohólicas



**Cuidado Personal**

- Productos para el cabello
- Productos para el cuerpo



**Cuidado del hogar**

- Productos para la casa
- Productos para la ropa

Las cinco cadenas participantes en el estudio fueron investigadas a través de 114,390 realizadas a lo largo del periodo comprendido de entre el 1 de julio al 16 de agosto del presente año, cubriendo 154 visitas a tiendas de las cinco cadenas en sus dife-

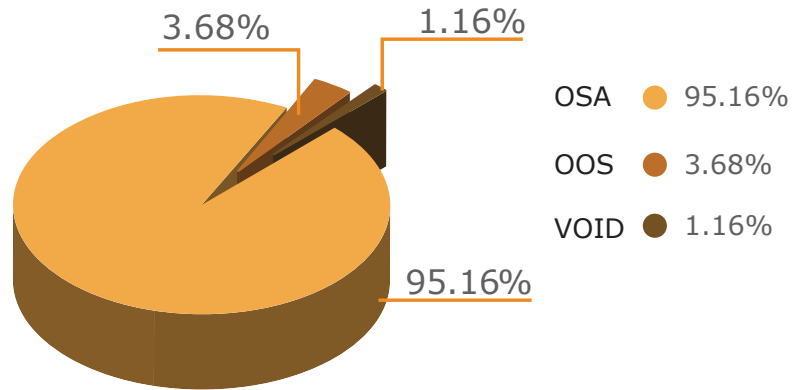
rentes formatos. Se logran encontrar los productos esperados en los lugares destinados para su presentación al cliente final en un 95.16% de ocasiones, lo cual representa 108,860 hallazgos satisfactorios.

### Resultados Generales FMG 2019

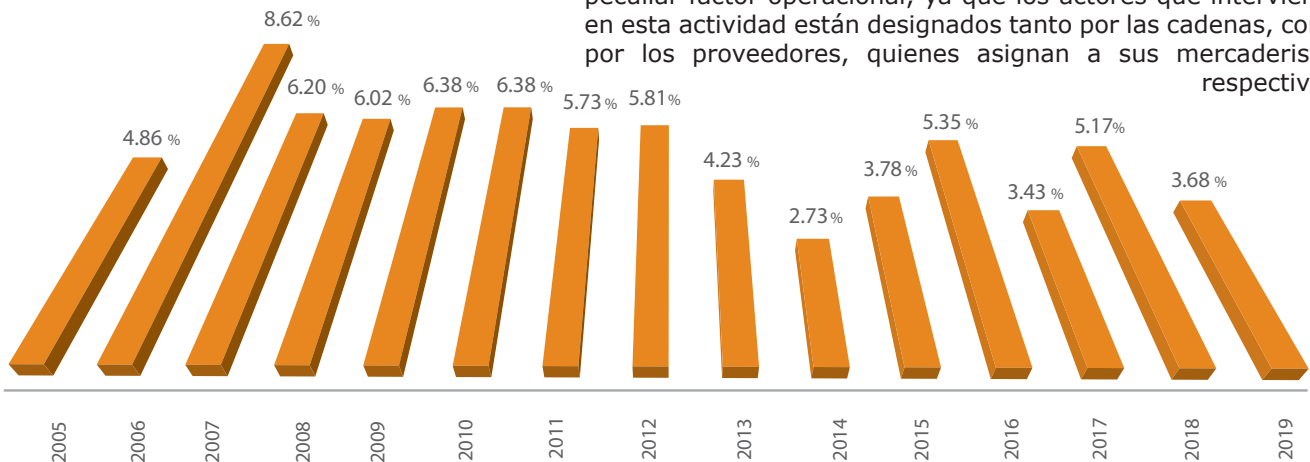
#### ESTUDIO NACIONAL

Clasificación de incidencias estudiadas 2019

Los datos reflejan el empeño de las cadenas por mantener la disponibilidad de los productos ofrecidos en góndola. Se detecta 3.68% de mediciones fuera de stock y la recurrencia de faltante por cancelaciones de disponibilidad de productos alcanza el 1.16% de las mediciones.

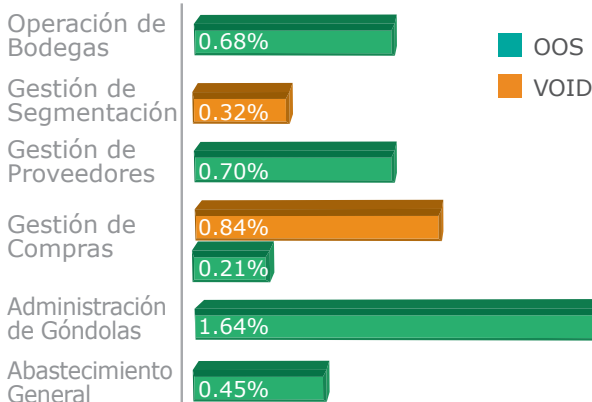


### Evolución Anual OOS (Out of Stock)

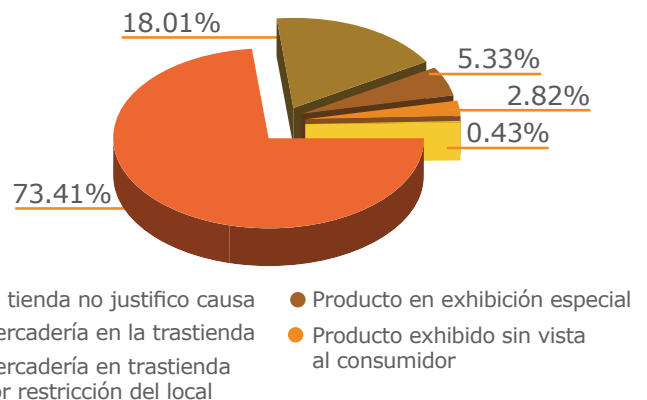


Los procesos directamente asociados a la gestión de disponibilidad en góndola muestran diferencias significativas entre sí en materia de precisión de sus procesos; identificándose que el factor más relevante a mejorar está ubicado en la administración de la góndola en sí (1.64%). Este aspecto representa un peculiar factor operacional, ya que los actores que intervienen en esta actividad están designados tanto por las cadenas, como por los proveedores, quienes asignan a sus mercaderistas respectivos.

### Desempeño Gral. de los Procesos



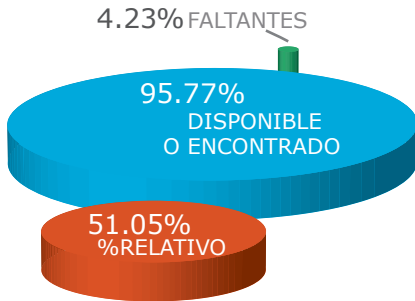
### Desempeño en Admón. de Góndola



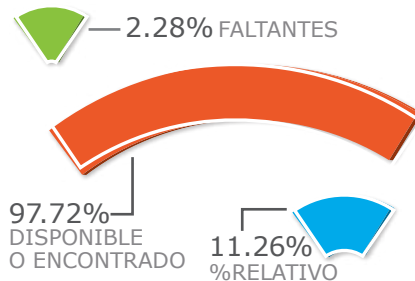
Las oportunidades de mejora se concentran en su mayoría en las categorías de bebidas y cuidado del hogar. El trabajo en conjunto entre cadenas y proveedores se vuelve un requerimiento indispensable

para reducir el porcentaje de faltantes en la góndola al momento que el cliente ingresa a las tiendas a buscar el producto y no lo encuentra en su lugar habitual de exhibición.

**ALIMENTOS**

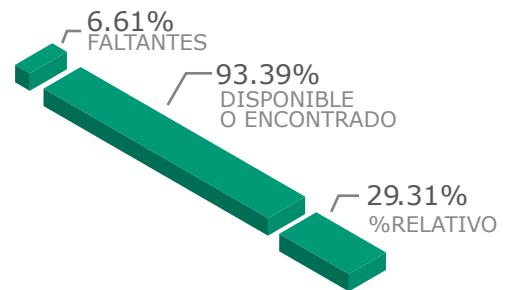


**CUIDADO PERSONAL**

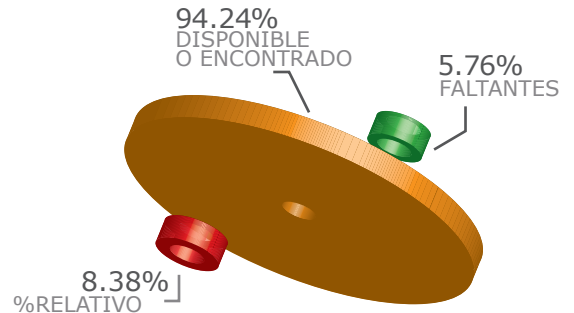


**Resultados por Categoría**

**BEBIDAS**

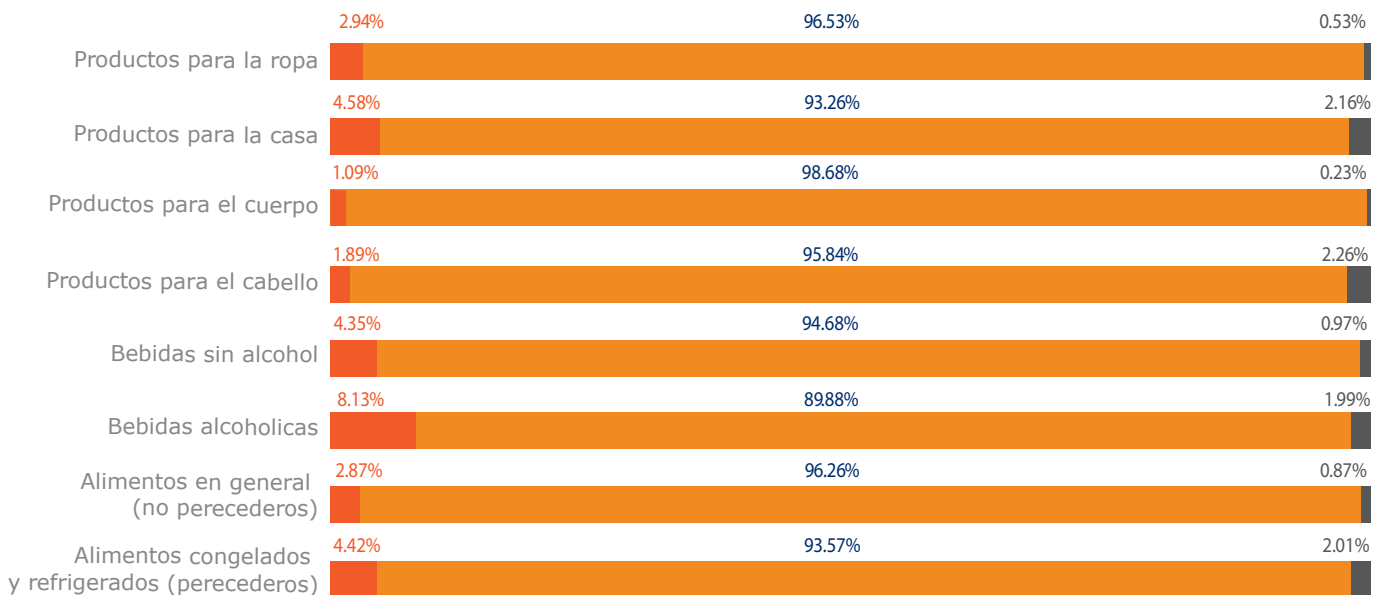


**CUIDADO DEL HOGAR**



**Resultados por Subcategorías**

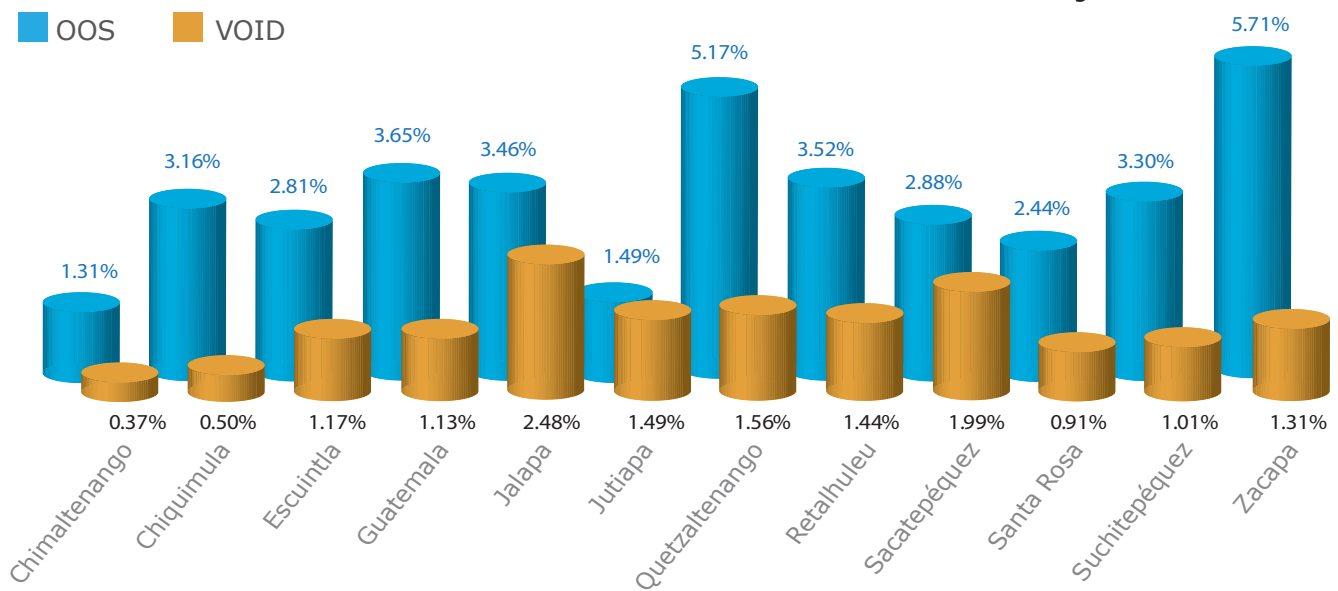
Legend: OOS (Orange), OSA (Blue), VOID (Grey)



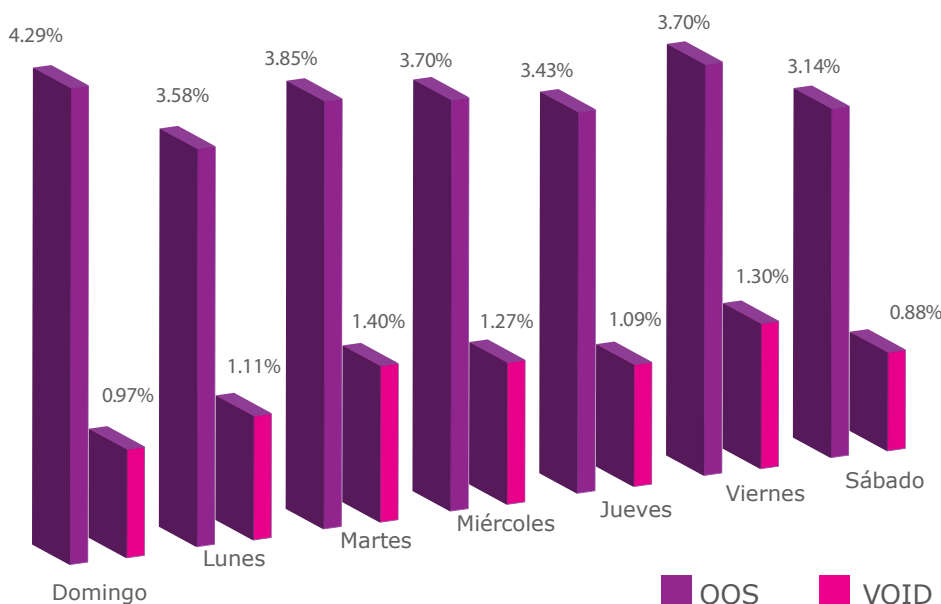
Las cinco cadenas participantes en el estudio fueron investigadas en doce departamentos de la República de Guatemala.

### OOS & VOID por Departamento

Los departamentos con mayor número de incidencias de faltantes fueron Zacapa y Quetzaltenango. El departamento con mejor resultado fue Chimaltenango por segundo año consecutivo. Sin embargo, los departamentos de Jalapa y Sacatepéquez reflejan una alta incidencia de VOID, lo cual invita a depurar la base de datos de las cadenas por medio de un Catálogo Electrónico.



### OOS & VOID por Día de la Semana



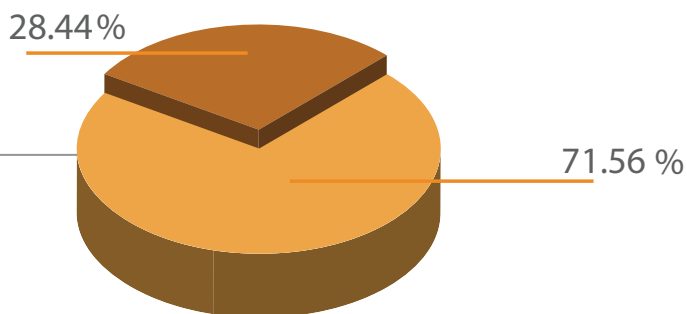
El día de la semana que refleja mayor oportunidad de mejora en la disponibilidad de los productos es el domingo, seguido por el martes. También podemos observar que el día de menor faltante es el sábado, que se alinea con la preparación para un día importante en la venta del fin de semana por las cadenas, como por los proveedores, quienes asignan a sus mercaderistas respectivos.

La encuesta realizada durante el Estudio 2019 nos refleja la percepción del consumidor ante un faltante al momento de buscar el producto en su lugar habitual de exhibición. Los datos que se presentan a

continuación corresponden a una muestra en la cual el 37.60% de los entrevistados están comprendidos en edades entre los 21 y 34 años.

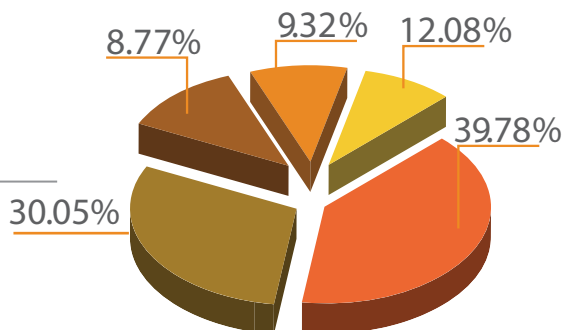
**¿El día de hoy en esta visita, encontró todos los productos que buscaba?**

- SI
- NO



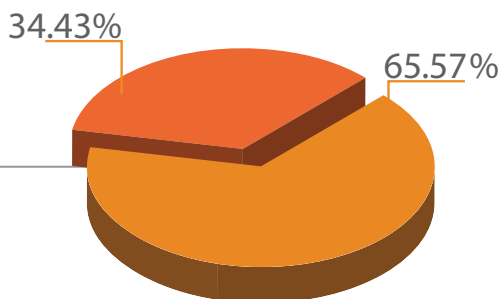
**¿Cuál es su actitud ante el producto faltante?**

- Regresa otro día
- No compra nada
- Compra otra presentación
- Va a otro negocio
- Compra otra marca



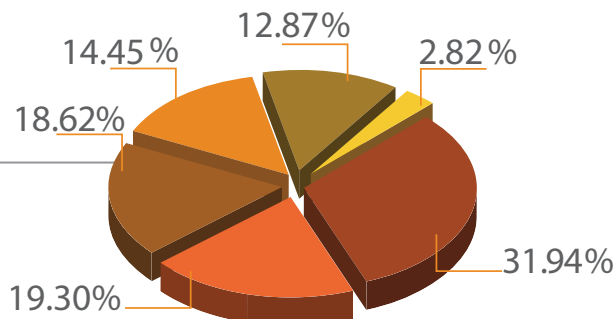
**Luego de adquirir una marca o presentación distinta a la que buscaba, ¿Qué hace en su siguiente compra?**

- Compra la nueva marca o presentación
- Compra la marca o presentación que no encontró



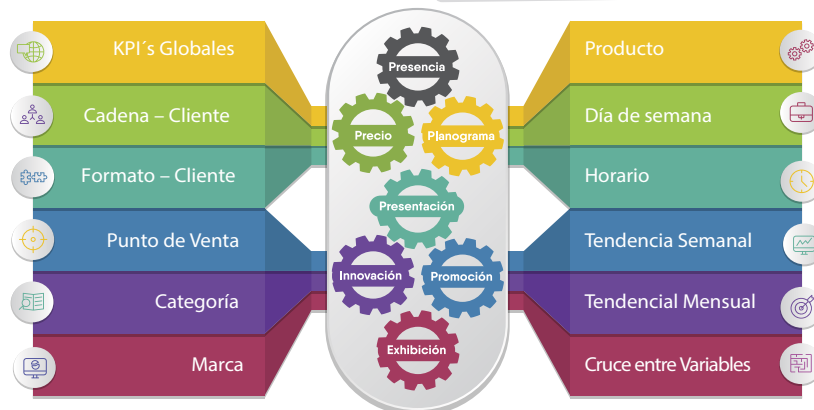
**¿Por qué medio se entera de las promociones de los supermercados?**

- Prensa
- Radio
- TV
- Redes Sociales
- Publicidad Exterior
- Otros





## BENEFICIOS DEL PERFECT STORE



## GS1 Guatemala:

Es una asociación civil privada, sin ánimo de lucro, de carácter tecnológico e independiente, con la misión de impulsar la aplicación exitosa de las mejores prácticas multisectoriales, basadas en los estándares globales GS1 de identificación y comunicación, promoviendo relaciones de colaboración entre los participantes de la Red de Valor para mejorar la vida de las personas.

## Agradecimientos:

GS1 Guatemala agradece sobre manera el apoyo de los patrocinadores que año con año participan en este estudio de las cadenas detallistas que permiten que este y otros estudios, sean realizados en los diferentes conceptos de tiendas del país, brindando información veraz y versátil que permite la toma de decisiones oportunas y correctas.



## GS1 Guatemala

18 calle 24-69, Zona 10, Zona Pradera  
Torre 2, Oficina 603, Guatemala, C.A.

T: 2245-9595

E: [info@gs1gt.org](mailto:info@gs1gt.org)

[www.gs1gt.org](http://www.gs1gt.org)



Con el patrocinio de:

GRUPO  
**BARCODE**

**REDECON**

