

# XX Estudio de Disponibilidad de Mercadería en Góndola **FMG - 2024**



## Verificar la disponibilidad en góndola 20 años

Dos décadas han pasado ya desde el primer estudio de disponibilidad en góndola, que en aquel entonces titulamos como FMG, siglas que expresaban la importancia de entender las causales que hacen que Falte Mercadería en Góndola.

Encontrar causas claras de por qué un producto no está en el lugar habitual de compra para el consumidor ha permitido, a lo largo de estos años, tomar medidas preventivas y correctivas que ha venido tomando las industrias para tener una mejor capacidad de gestionar los procesos involucrados y los procesos que pueden ser sustituidos por otro tipo de acciones que optimizan la cadena de valor, hasta llegar a ser un indicador que permite llegar acuerdos entre detallista y proveedor en bien de sus consumidores.

En todas las ediciones anteriores hemos venido enfatizando que la disponibilidad en góndola está vinculada con factores tan importantes como los hábitos del consumidor y el esquema de tienda perfecta. Los hábitos del consumidor han sufrido cambios sumamente importantes en los últimos años particularmente con la incorporación de los teléfonos inteligentes, el acceso por medio de la web a información directamente del fabricante y la capacidad de comparar en línea, no solo precios, sino también características del producto.

Hoy en día nos enorgullece no solo presentar un estudio tan importante, que toma información y la envía de forma instantánea para tomar acciones inmediatas, porque además hemos crecido en la capacidad de hacer analítica de datos usando Machine Learning y utilizando las herramientas informáticas muy avanzadas para ofrecer, a nuestros asociados y clientes, productos que permiten predecir con sus propios datos y los datos que ya les proveen las cade-

nas cómo se comportará el abastecimiento y la cadena de valor completa. Pregúntenos como le podemos apoyar para sacarle más provecho a la información de su ERP, a la información que adquiere con detallistas e interconectarla con los estudios para anticipar y tomar decisiones con una base de datos fundamentada.

El factor presencia en góndola se vuelve sumamente crucial para establecer la preferencia del consumidor, si el producto no se ve o no está donde debe estar, lo más probable es que perdamos la preferencia de esa compra y compras futuras de parte de un consumidor cada vez más exigente. Este año mantene-mos indicadores muy similares a los del 2023 sin embargo tenemos que analizar el desempeño de los procesos, la trastienda y la agilidad que debe tener tanto la cadena como el proveedor para mantener sus productos a vista de los consumidores y no en una trastienda.

Arturo Ramírez Munguía.  
CEO.

● OSA (Producto Disponible en Góndola)

● OOS (Fuera de Stock)

● VOID (Depurado)

### 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** 21 de junio al 12 de agosto
- **Días de la semana medidos** Lunes a Domingo
- **Horarios de medición** A.M. - P.M.

170,589

Número de mediciones realizadas

1,069

Número de marcas medidas

3

Promedio de visitas realizadas por tienda

221

Total de visitas a tiendas

### ● Muestra ● Formato



Hipermercados  
1,000 productos



Supermercados  
700 productos



Tiendas de Descuento  
500 productos



Minimercados  
300 productos

### 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 seis cadenas participantes en el estudio fueron investigadas a través de 170,589 mediciones realizadas a lo largo del periodo comprendido de entre el 21 de junio al 12 de agosto del presente año, cubriendo 221 visitas a tiendas de las seis cadenas en sus diferentes formatos.

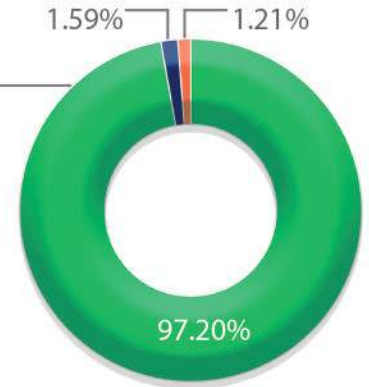
Se logran encontrar los productos esperados en los lugares destinados para su presentación al cliente final en un 97.20% de ocasiones, lo cual representa 165,814 hallazgos satisfactorios.

## Resultados Generales FMG 2024

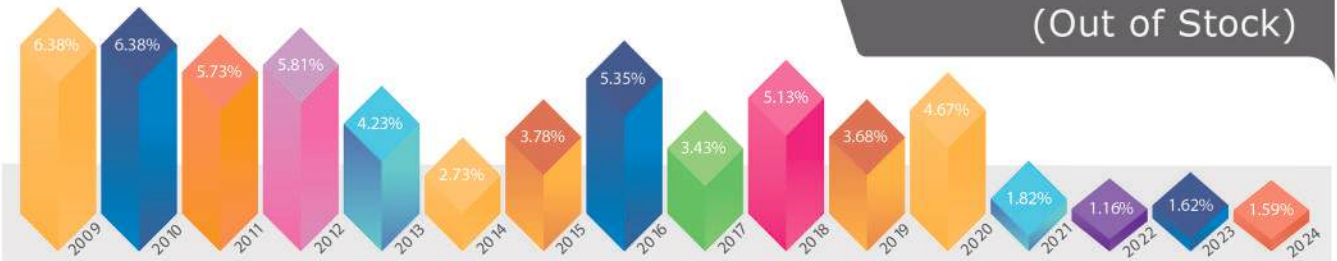
- OOS (Fuera de Stock)
- OSA (Producto Disponible en Góndola)
- VOID (Depurado)

Los datos reflejan el empeño de las cadenas por mantener la disponibilidad de los productos ofrecidos en góndola.

Se detecta 1.59% de mediciones fuera de stock y la recurrencia de faltante por cancelaciones de disponibilidad de productos alcanza el 1.21% de las mediciones.



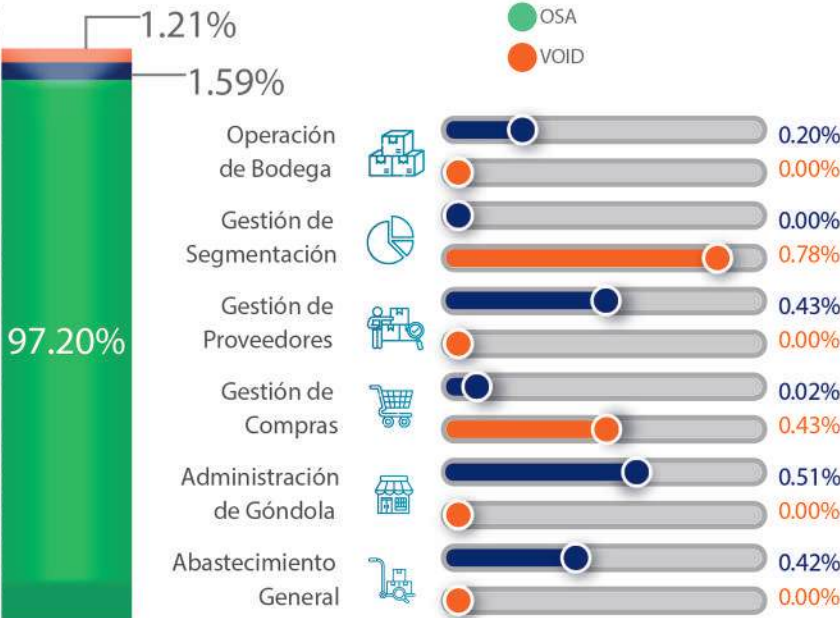
## Evolución Anual OOS (Out of Stock)



Los procesos directamente asociados a la disponibilidad de los productos 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 góndolas (0.51%).

## Desempeño General de los Procesos

Resultados Generales FMG 2024



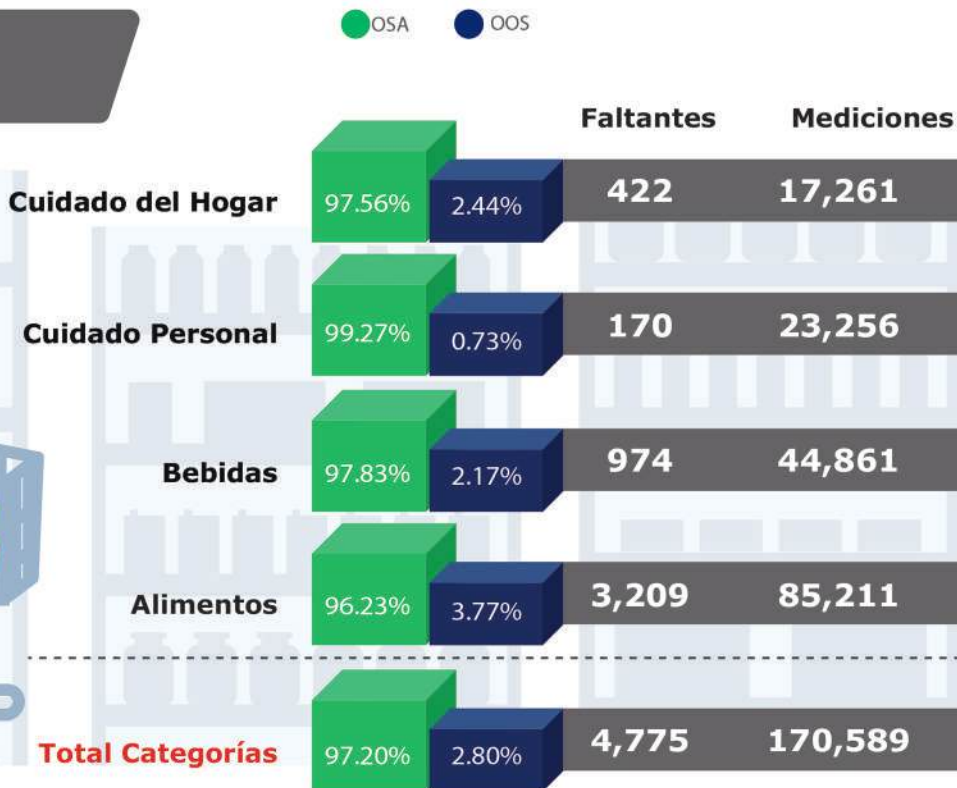
## Desempeño Administración de Góndola



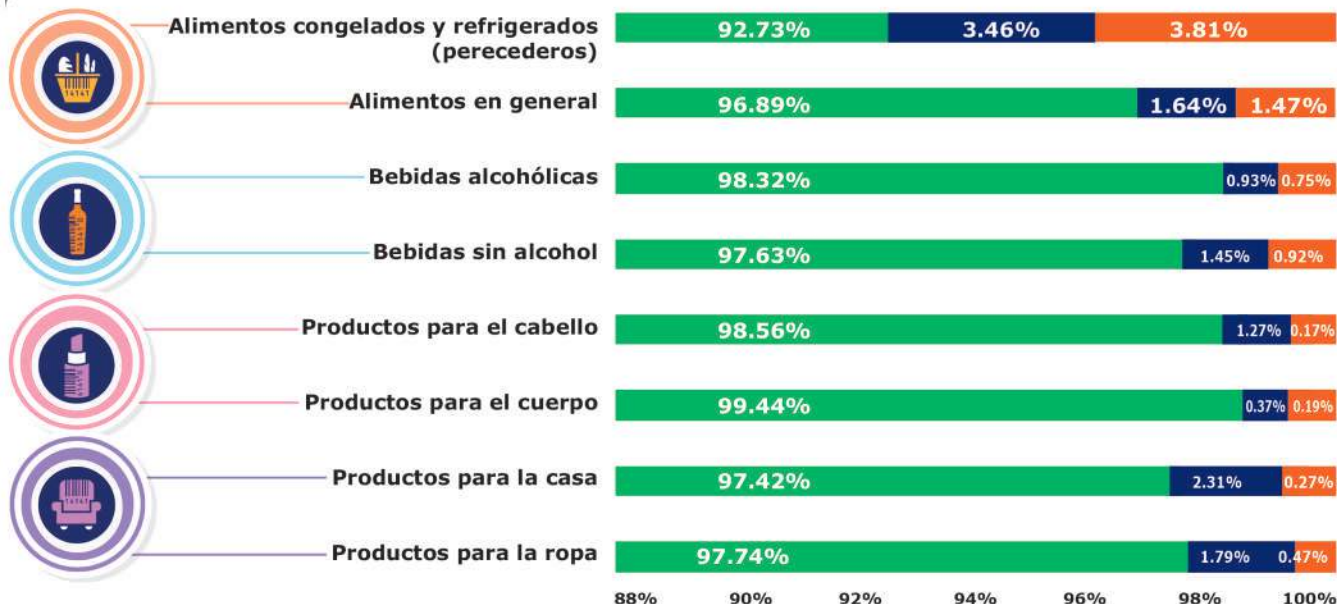
Las oportunidades de mejora se concentran en su mayoría en las categorías de alimentos y bebidas. El trabajo en conjunto entre cadenas y proveedores se vuelve un requerimiento indispensable para reducir

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.

### Resultados por Categoría

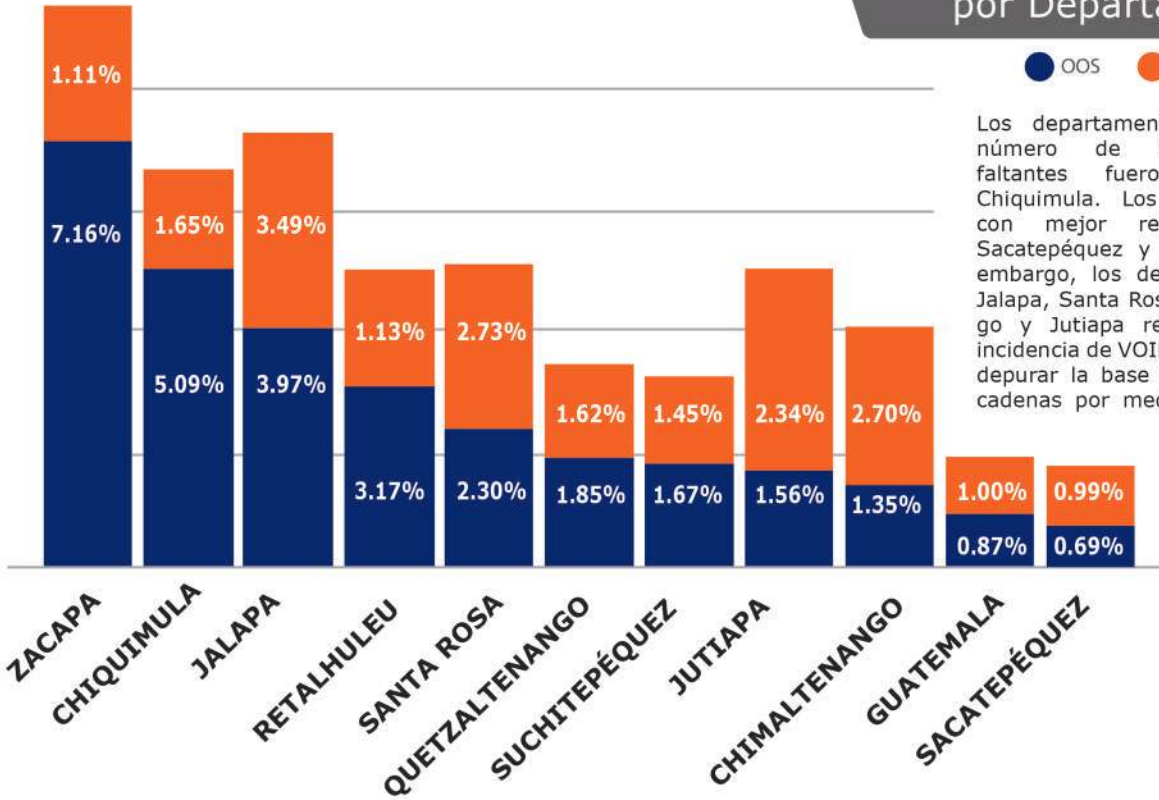


### Impacto de Subcategorías



Las seis cadenas participantes en el estudio fueron investigadas en once departamentos de la República de Guatemala.

### OSS & VOID por Departamento



Los departamentos con mayor número de incidencias de faltantes fueron Zacapa y Chiquimula. Los departamentos con mejor resultado fueron Sacatepéquez y Guatemala. Sin embargo, los departamentos de Jalapa, Santa Rosa, Chimaltenango y Jutiapa reflejan una alta incidencia de VOID, lo cual invita a depurar la base de datos de las cadenas por medio del Catálogo Electrónico.

### OSS & VOID por Día de la Semana



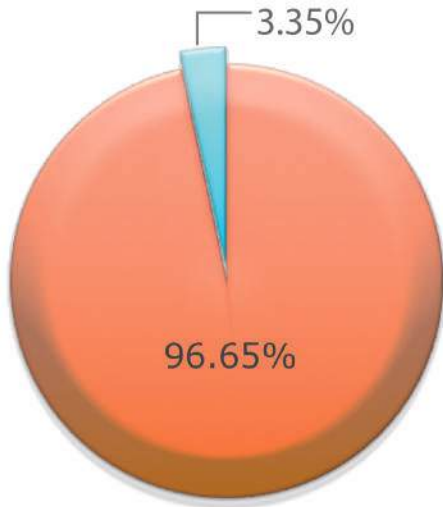
El día de la semana que refleja mayor oportunidad de mejora en la disponibilidad de los productos es el jueves, seguido por el miércoles. También podemos observar que el día de menor faltante es el domingo, indicando una dinámica de reabastecimiento en las cadenas que inicia el jueves orientado a tener alta disponibilidad durante el fin de semana, ya que las compras de los consumidores se están realizando durante estos días.



La encuesta realizada durante el Estudio de Disponibilidad 2024 nos refleja la percepción del consumidor ante un faltante al momento de buscar el producto en su lugar habitual de exhibición.

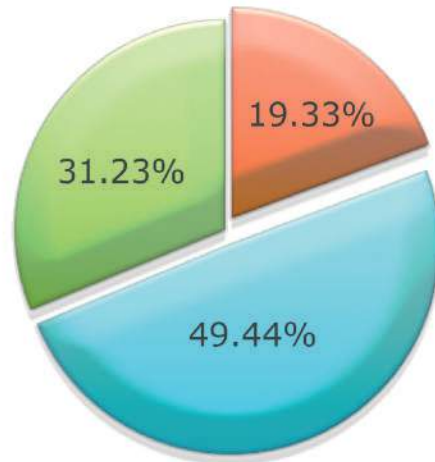
Los datos que se presentan a continuación corresponden a una muestra en la cual el 47.96% de los entrevistados están comprendidos en edades entre los 35 y 49 años.

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



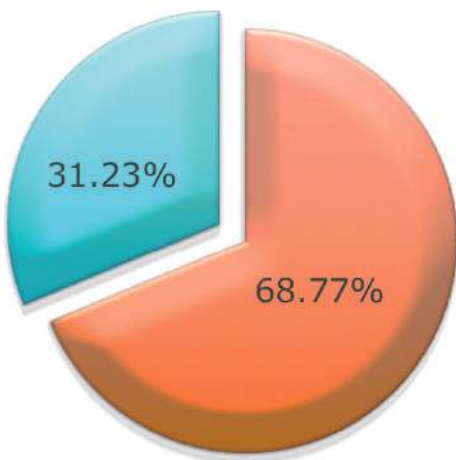
● SI ● NO

¿Cuál es su actitud ante el producto faltante?



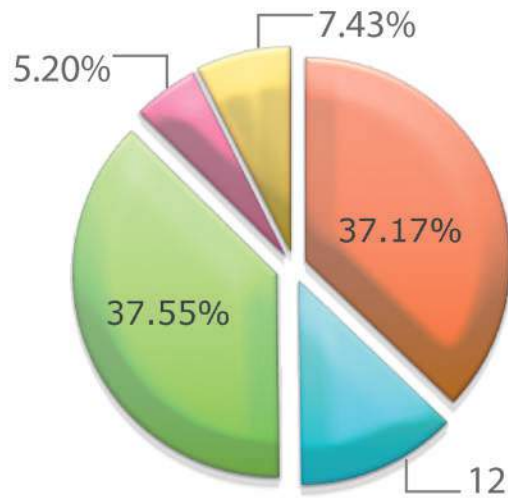
● Adquiere el mismo producto pero de otra marca  
 ● Adquiere el producto que buscaba en otro lugar  
 ● No realiza la compra del producto

¿Realiza compras en línea?



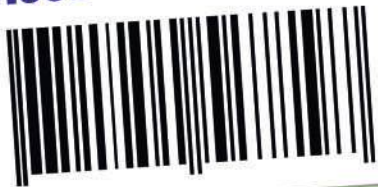
● NO ● SI

¿Por qué razón escoge esta tienda para hacer sus compras?



● Precios y promociones ● Disponibilidad y surtido de productos  
 ● Cercanía de su casa ● Cercanía del trabajo  
 ● Calidad del servicio

## BENEFICIOS DE LOS CÓDIGOS DE BARRAS GS1 AUTÉNTICOS



**Descubre** las posibilidades disponibles para tu producto con los códigos de barras de **próxima generación.**



**1.**

Otorga credibilidad, profesionalismo y seguridad a tu producto.



**2.**

Mejora el control de tus inventarios en el interior de tu empresa.



**3.**

Te ofrece mayor control sobre el producto que está en el punto de venta, esto te permite saber lo que vendes y en qué plaza.



**4.**

Permite conocer el inventario disponible con tu cliente para fines de resurtido.



**5.**

Reduce la posibilidad de errores en el control de información, gestión de pedidos y gestión financiera.



Es la vía al mundo **DIGITAL**



Escanear para demostración

- El empaque inteligente brinda información extendida.
- Acceso a la historia del producto.
- Los códigos QR pueden habilitar múltiples casos de uso en información del producto, cumplimiento normativo, notificaciones de retiro, reciclaje y compromiso con la marca.
- Los códigos QR únicos y el menú intermedio crean una base flexible para envases inteligentes.

**Experimenta innovación y formación**  
**Tour Virtual**

**360°**

Centro Logístico





## 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 de 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

## Con el patrocinio de:



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

