

10 años

X ESTUDIO DE DISPONIBILIDAD
EN GÓNDOLAS
(FMG)



Julio - Septiembre 2014

Introducción

Por décimo año consecutivo GS1 Guatemala, realizó el X Estudio de Disponibilidad de Mercadería en Góndola (FMG), que busca dar a conocer el nivel de disponibilidad de productos en el canal moderno del país, mostrando las principales causas por las cuales los productos no se encuentran disponibles para la compra en el punto de venta, en el momento y lugar que el consumidor final lo demanda. El Estudio FMG 2014 permite identificar las causas que provocan la falta de los productos enfocándose en los procesos asociados al reabastecimiento de los productos al punto de venta. Para GS1 Guatemala es un orgullo llegar al décimo año de medición continua y hemos querido agregar mayor valor a nuestro estudio, a través de un análisis de todo el modelo de causales a través de la cadena de abastecimiento de cada proveedor y cliente patrocinador de manera tal, que sea totalmente identificable la forma de generar planes de acción y mejorar la cadena de abastecimiento completa en los participantes. Como siempre ponemos a disposición de nuestros socios toda la valiosa información de años anteriores sobre las oportunidades de mejora, encaminada a

estrategias de reabastecimiento eficientes, con el fin de reducir las pérdidas en ventas provocadas por la baja disponibilidad.

Agradecemos el apoyo incondicional de las cadenas detallistas para el levantamiento de información que permite hacer un Estudio de Disponibilidad con datos reales, validados y oportunos, haciendo único el Estudio y la oportunidad para todos los proveedores lo que da la posibilidad de tomar decisiones durante el período de medición, así como posterior a éste, a través de acciones correctivas que les permitan alcanzar un mejor desempeño en sus estrategias de reabastecimiento haciéndolos más eficientes. En esta ocasión el escenario de medición abarcó un total de 67 puntos de venta pertenecientes a cuatro cadenas detallistas en formatos de Hipermercados, Supermercados, Tiendas de Descuento y Minimercados, distribuidos en los departamentos de: Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, Escuintla, Guatemala, Jalapa, Quetzaltenango, Retalhuleu, Sacatepéquez, Suchitepéquez y Santa Rosa.

Metodología



El Estudio FMG 2014 se enfocó en medir cuatro categorías principales, con dos sub-categorías en cada una:

| | |
|------------------|---------------------------|
| Alimentos | Cuidado Personal |
| General | Productos para el cabello |
| Perecederos | Productos para el hogar |
| Bebidas | Cuidado del Hogar |
| Alcohólicas | Productos para la casa |
| No alcohólicas | Productos para la ropa |

| | |
|---|---------|
| Características del Estudio | |
| Número de mediciones realizadas | 158,805 |
| Número de proveedores medidos | 205 |
| Promedio de visitas realizadas por tienda | 4 |
| Total de visitas a tiendas | 224 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| Tiendas participantes | |
| Distrito Central | 40 |
| Interior de la República | 27 |
| Cadenas detallistas participantes | 67 |
| | 4 |

| | |
|----------------------|------------------------------|
| Formato | Cantidad de productos |
| Hipermercados | 1,000 |
| Supermercados | 700 |
| Tiendas de Descuento | 500 |
| Minimercados | 300 |

Período de medición: del 7 de Julio al 7 de Septiembre

Descripción de Relación de Causales a Procesos:

SEGMENTACIÓN

Producto no trabajado en el local

GESTIÓN DE COMPRAS

Departamento de compras no ha realizado el pedido en tiempo y forma

Pedido insuficiente por Departamento de Compras

GESTIÓN DE COMPRAS TIENDA

Pedido insuficiente por el local

Producto depurado

OPERACIÓN DE BODEGAS

El local no realizó el correspondiente ajuste de inventario

GESTIÓN DE PROVEEDORES

El proveedor no se ha presentado a entregar el producto en tiempo y forma

El proveedor no levantó el pedido en tienda

El proveedor no entregó el producto en tiempo y forma al CD

ADMINISTRACIÓN DE GÓNDOLA

Mercadería rota

Mercadería mal ubicada

Mercadería en la trastienda

Producto exhibido sin vista al consumidor

Mercadería vencida

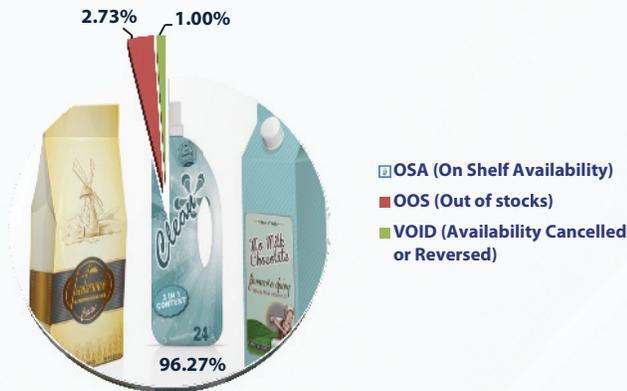
ABASTECIMIENTO GENERAL

El CD no entregó el pedido a la tienda en tiempo y forma

Resultados del X Estudio

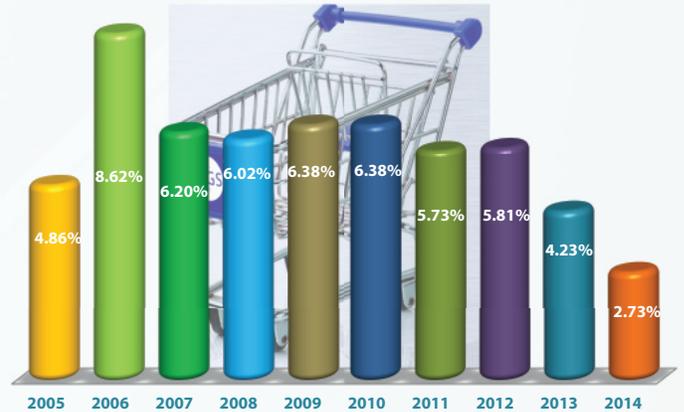
Se logran encontrar los productos esperados en los lugares destinados para su presentación al cliente final en un 96.27% de ocasiones, lo cual representa 152,881 hallazgos satisfactorios.

Clasificación de Incidencias Estudiadas 2014



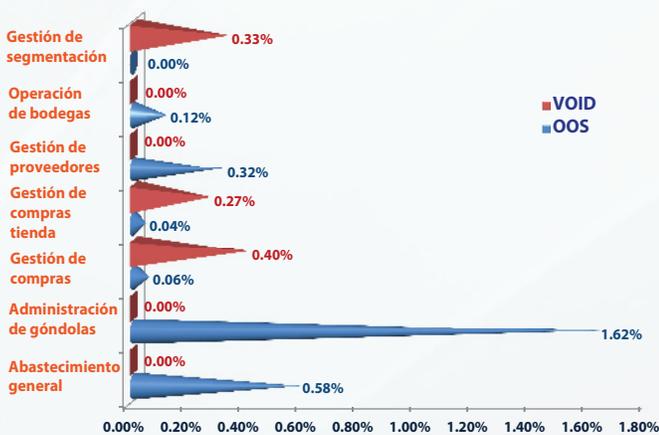
Como se puede observar en los resultados del Estudio de Medición 2014, el indicador de Fuera de Stock ha descendido en un 1.5% sobre el año 2013, lo cual pone de manifiesto que tanto cadenas como proveedores, están implementando estrategias de reabastecimiento, así como el uso de tecnologías para el Intercambio Electrónico de Documentos (EDI), que permite mantener un abastecimiento eficiente y productos abastecidos en góndolas.

Evolución Anual OOS (Out of Stock)



Los datos obtenidos en la medición 2014, reflejan un cuidado de las cadenas y proveedores por mantener la disponibilidad de los productos ofrecidos en góndola. Sin embargo se detectan 2.73% de mediciones fuera de stock y vale mencionar que la incidencia de cancelaciones de disponibilidad de producto alcanza el rango de 1.00%.

Desempeño General de Procesos



Desempeño en Administración en Góndolas

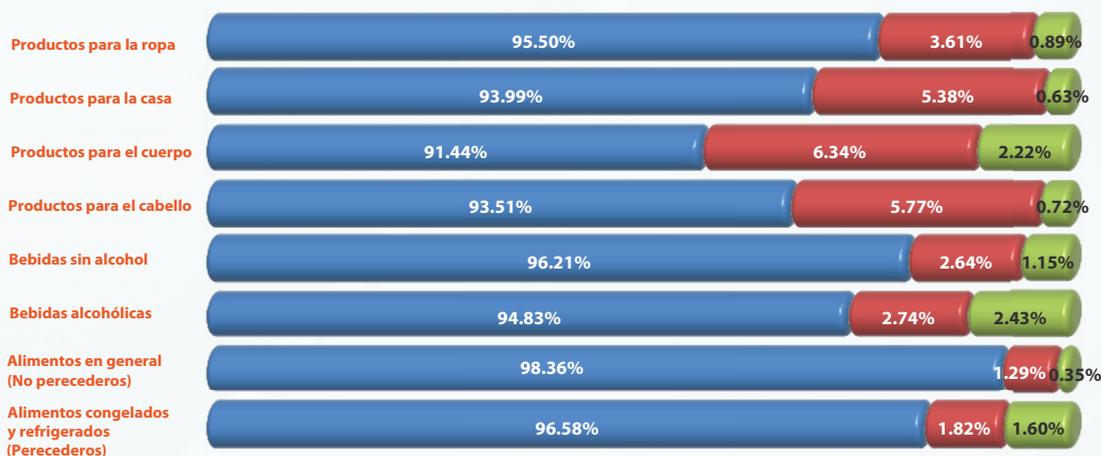


OOS & Void General por Categoría



| Categoría | OSA | OOS+VOID | OOS+VOID | Mediciones Realizadas |
|-------------------|--------|----------|----------|-----------------------|
| Alimentos | 98.11% | 1.89% | 1,500 | 79,429 |
| Bebidas | 95.75% | 4.25% | 1,689 | 39,741 |
| Cuidado personal | 91.90% | 8.10% | 1,779 | 21,952 |
| Cuidado del hogar | 94.59% | 5.41% | 956 | 17,683 |

Impacto de Subcategorías



| Impacto de Subcategorías | Medidos | OSA | OOS | VOID |
|---|---------|--------|-------|------|
| Productos para la ropa | 7,090 | 6,771 | 256 | 63 |
| Productos para la casa | 10,593 | 9,956 | 570 | 67 |
| Productos para el cuerpo | 17,114 | 15,649 | 1,085 | 380 |
| Productos para el cabello | 4,838 | 4,524 | 279 | 35 |
| Bebidas sin alcohol | 26,451 | 25,449 | 697 | 305 |
| Bebidas alcohólicas | 13,290 | 12,603 | 364 | 323 |
| Alimentos en general (No perecederos) | 68,183 | 67,068 | 878 | 237 |
| Alimentos congelados y refrigerados (Perecederos) | 11,246 | 10,861 | 205 | 180 |

Las Cadenas deben desarrollar programas en conjunto con sus proveedores, en dirección de la mejora de los procesos de disponibilidad en góndola, en particular en el ciclo de traslado de los productos desde la trastienda hacia el área de góndola, el adecuado arreglo de exposición en la misma; así como la gestión del ciclo comercial en cuanto a pedidos y entregas a la Cadena.

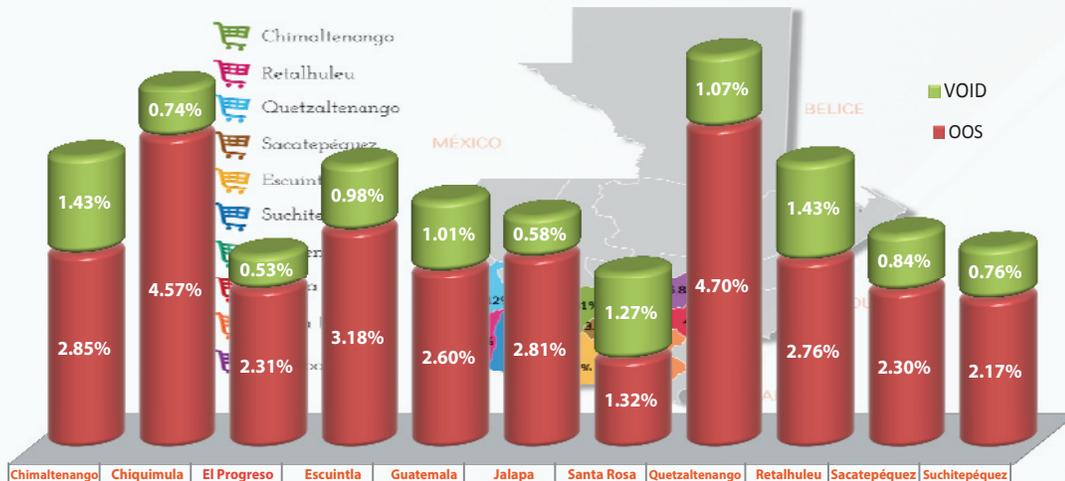
Las categorías que muestran un desempeño eficiente son a) Alimentos congelados y refrigerados (Perecederos) y b) Alimentos en general (No perecederos); ya que los porcentajes de hallazgos son menores a los pesos relativos que cada una de ellas posee en el muestreo general del Estudio.

Las necesidades de mejora son más prioritarias en los sectores de Cuidado personal y Cuidado para el hogar.

Vale mencionar que la totalidad de categorías requieren de la atención al proceso de ordenamiento y visibilización de sus productos en la góndola, además de aumentar la eficiencia del traslado oportuno de los productos de trastienda hacia la góndola.

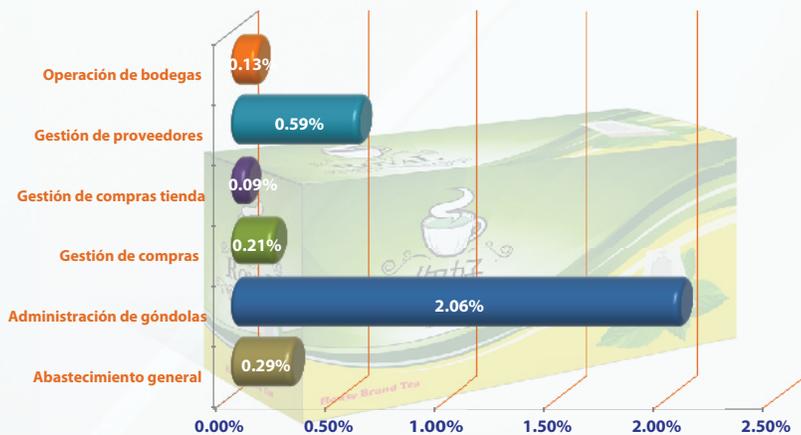
OSA y VOID por Departamento

Las cuatro cadenas participantes en el Estudio fueron investigadas en once Departamentos de la República de Guatemala.



El Departamento con el mayor número de incidencias de faltantes fue Quetzaltenango reflejando un 4.70% OOS y 1.07% de productos en estatus VOID. Seguido por el Departamento de Chiquimula.

Desempeño de Procesos en Occidente



El desempeño de las cadenas muestra una oportunidad de mejora en el proceso de administración de góndolas seguido por gestión de proveedores, el trabajo en conjunto para la movilización adecuada de los productos a la góndola y trabajo en conjunto con las entregas de los proveedores mejorarán los niveles de disponibilidad al mismo tiempo que generarán una mejor experiencia de compra para los clientes.

OSA y 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 martes, seguido por el día miércoles. También podemos observar que el día de menor faltante es el día sábado, que es cuando los puntos de venta están preparados para la venta de fin de semana.

Encuesta al Consumidor

La encuesta realizada durante el Estudio 2014 nos refleja la percepción del consumidor ante un faltante al momento de buscar el producto en su lugar habitual de exhibición. Los datos presentados se muestran a continuación.

Cuando usted va al supermercado, ¿Siempre encuentra todo lo que busca?



¿Qué tipo de producto no encuentra con mayor frecuencia?



¿Cuál es su actitud ante el producto faltante?



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



OSA - On Shelf Availability (ESTUDIO DE DISPONIBILIDAD DE MERCADERÍA EN GÓNDOLA)

El indicador de Disponibilidad de Mercadería en Góndola es una herramienta de análisis que permite conocer la disponibilidad de cada producto en los lugares de ventas a clientes, y evidenciar las causas principales de su falta de disponibilidad, logrando así establecer métodos de control y suministro que garanticen disponibilidad en todo momento.

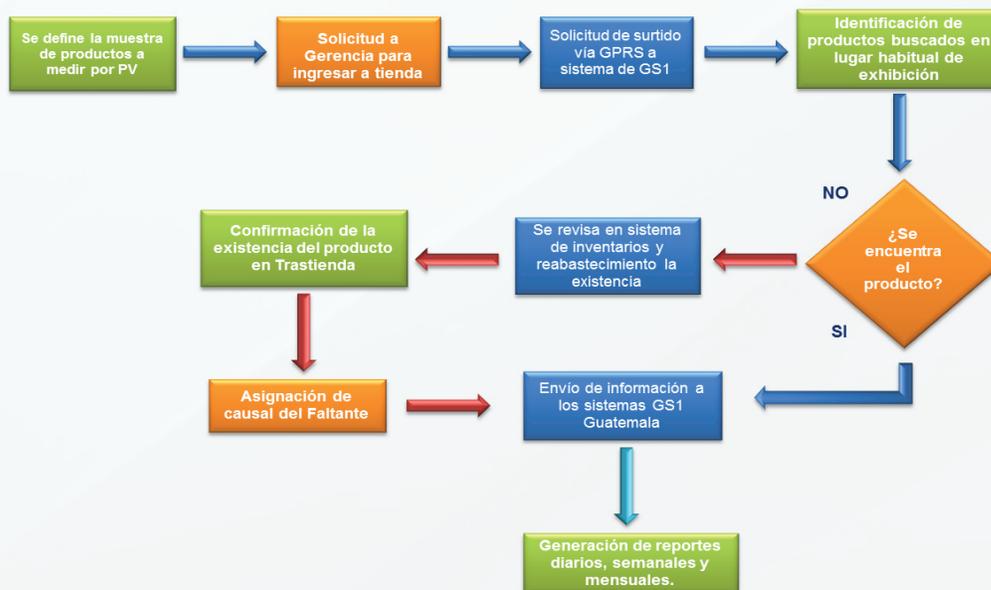
La experiencia y liderazgo ha posicionado a GS1 en cada país, como la única institución en la región que realiza un estudio de este tipo por sus características, ya que permite proporcionar información para varios proveedores, detallistas y categorías de productos.

El apoyo incondicional de las cadenas detallistas para el levantamiento de información hacen de OSA, una herramienta con datos reales y oportunos, de valor único, que permite a las empresas participantes tomar decisiones durante el período de medición, así como posterior a este, a través de acciones correctivas que les apoyen para alcanzar un mejor desempeño en sus estrategias de reabastecimiento, haciéndolo más eficiente.

Beneficios:

- ✓ Información en tiempo real sobre disponibilidad de productos para el cliente.
- ✓ Visitas diarias a más de 65 tiendas y supermercados.
- ✓ Identificación de causas de falta de disponibilidad.
- ✓ Oportunidad de mejoras en la cadena de suministro.
- ✓ Información diaria vía MSN o Mail.
- ✓ Estadísticas y reportería semanal y mensual.
- ✓ Neutralidad y confiabilidad de la información.
- ✓ Análisis de resultados y recomendaciones.
- ✓ Mejor relación cliente proveedor mejorando la información de abastecimiento y toma de decisiones.
- ✓ Mejora de servicio al cliente y fidelización.

Procedimiento para el levantamiento de información:





GS1 Guatemala es una asociación civil privada, sin ánimo de lucro, de carácter técnico e independiente, con la misión de impulsar la aplicación exitosa de las mejores prácticas logísticas multisectoriales, basadas en los estándares globales GS1 de identificación y comunicación, promoviendo relaciones de colaboración entre los participantes de la Red de Valor.



www.gs1gt.org
18 calle 24-69, Zona 10, Zona Pradera
Torre 2, Oficina 603, Guatemala, C.A.
T: 2245-9595 F: 2245-9500
E: gs1guatemala@gs1gt.org