GS1 Guatemala

El Lenguaje Global de Negocios

XVIII Estudio de Disponibilidad de Mercadería en Góndola
FMG - 2022

Octubre 2022

En un año en que hemos iniciado a recobrar un nivel de movilidad que podemos considerar normal, luego de los acontecimientos de los años 2020 y 2021 derivados de la pandemia, pero sobrellevando complicaciones como la crisis del transporte, el desarrollo de una guerra en Europa del Este y la inflación, como un efecto de todos los acontecimientos de los últimos años. Bajo este escenario se ha realizado nuestra medición de Disponibilidad en Góndola para su edición XVIII, la cual tiene datos importantes y valiosos para analizar y entender el entorno en que nuestro país y cómo impactan el abastecimiento de cara a nuestro consumidor.

Como en previas ediciones de nuestro estudio, la analítica de datos y la representación de disponibilidad presentada en nuestro estudio busca ser un elemento para evidenciar oportunidades de mejora que en la cadena de valor todos los actores tienen y pueden mejorar.

Nuestro Estudio de Disponibilidad en Góndola mantuvo en esta edición el procedimiento habitual colocando a nuestro equipo de campo bajo todas las medidas de salubridad requeridas y manteniendo el enfoque desde la perspectiva del consumidor para hacer una medición objetiva, visitando en diferentes días, horario y sin previo aviso las tiendas y buscando los surtidos predefinidos pero inadvertidos para todos los participantes.

Nuestro estudio 2022 en su XVIII edición demuestra que se mantiene una resiliencia en el sector retail y podemos entender que su resultado con claridad muestra la capacidad de proveedores y detallistas para mantener surtidas las góndolas colocando más del stock habitual en prevención a la fractura que el transporte pudo haber causado en la cadena de valor en el 2021.

Estoy convencido que este estudio proporcionará los indicadores para toma de decisiones, en cada uno de los procesos claves de la cadena de valor para asegurar la presencia de productos para el consumidor, también se vuelve una herramienta para establecer cómo los hábitos del consumidor se reformulan en una positiva reacción de los consumidores que visionan en una completa movilidad sin mayores restricciones de la pandemia marcando en el contenido que ustedes verán, nuevos comportamiento de nuestro comprador y consumidor.

Arturo Ramírez
CEO

Parámetros y Metodología

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

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.

Muestra Formato

Categorías y Subcategorías estudiadas

Alimentos
- General
- Perecederos

Bebidas
- Alcohólicas
- No alcohólicas

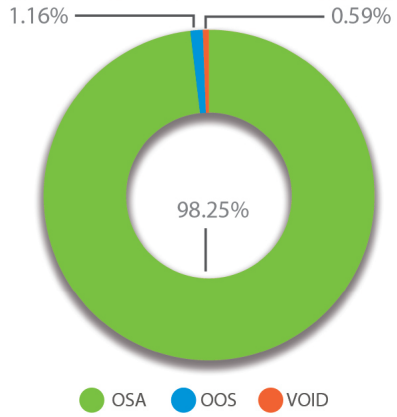
Cuidado Personal
- Productos para el cabello
- Productos para el cuerpo

Cuidado del hogar
- Productos para la casa
- Productos para la ropa

Las seis cadenas participantes en el estudio fueron investigadas a través de 150,410 mediciones realizadas a lo largo del periodo comprendido de entre el 22 de junio al 15 de agosto del presente año, cubriendo 415 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 98.25% de ocasiones, lo cual representa 147,753 hallazgos satisfactorios.

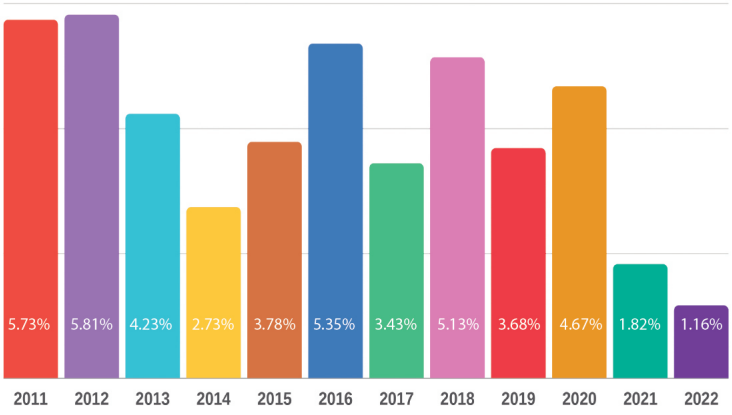
Resultados Generales FMG 2022



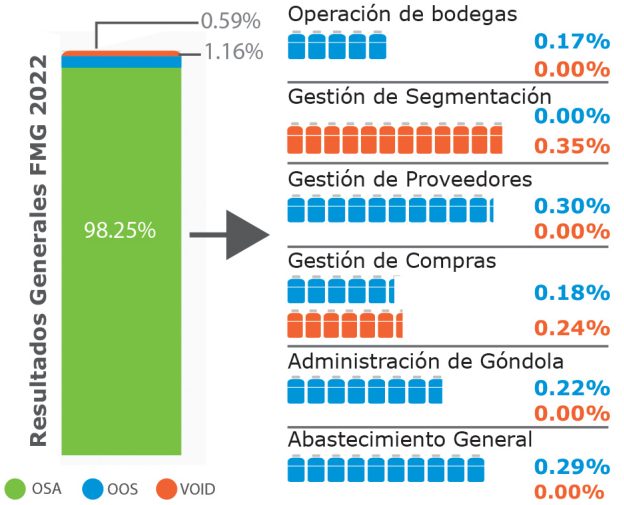
Los datos reflejan el empeño de las cadenas por mantener la disponibilidad de los productos ofrecidos en góndola. Se detecta 1.16% de mediciones fuera de stock y la recurrencia de faltante por cancelaciones de disponibilidad de productos alcanza el 0.59% de las mediciones.

Evolución Anual OOS (Out of Stock)

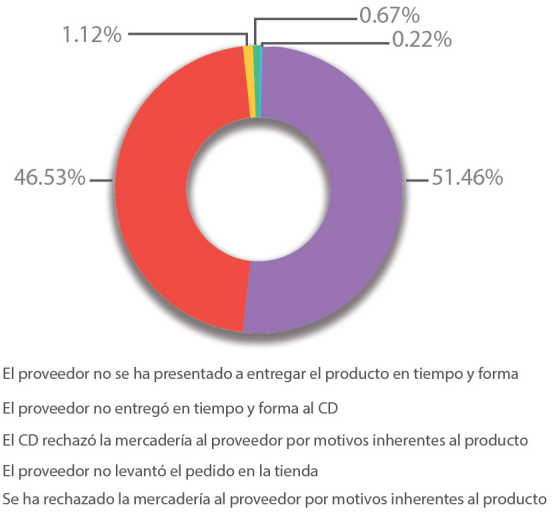
Los procesos directamente asociados a la disponibilidad de los productos en góndola muestran diferencias significativas entre sí en materia de precisión de sus procesos; identificándose que el factor más relevante a mejorar está ubicado en la gestión de proveedores (0.30%).



Desempeño General de Procesos

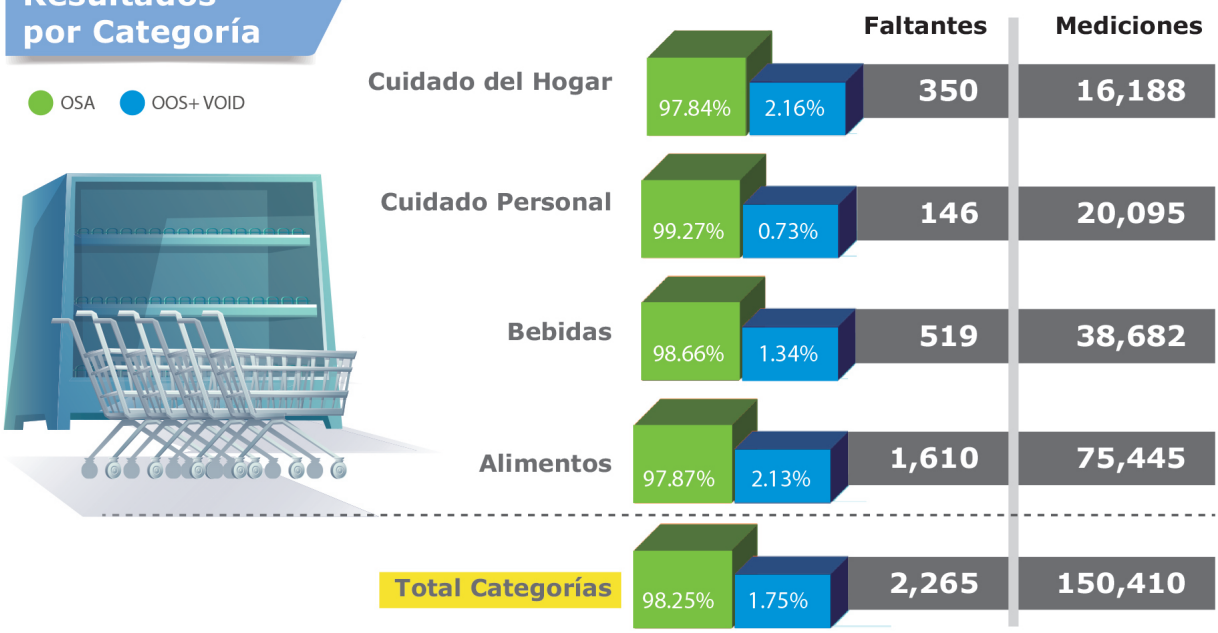


Desempeño Gestión de Proveedores

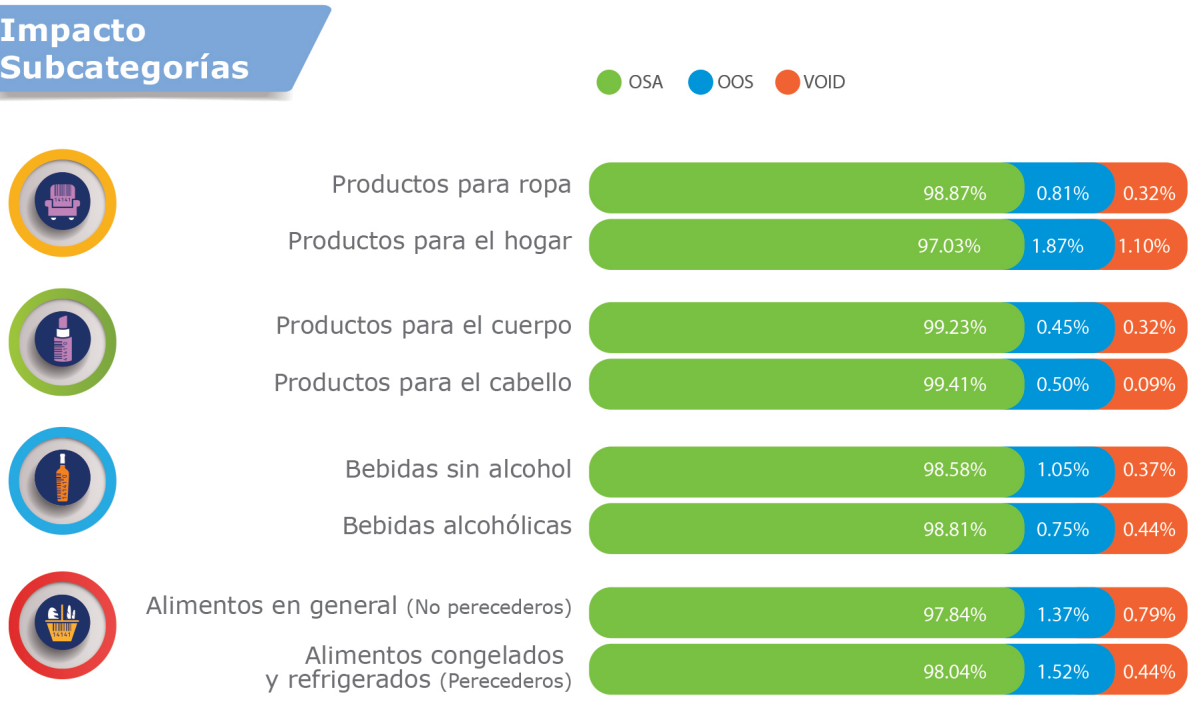


Las oportunidades de mejora se concentran en su mayoría en las categorías de alimentos y bebidas. El trabajo en conjunto entre cadenas y proveedores se vuelve un requerimiento indispensable para reducir el porcentaje de faltantes en la góndola al momento que el cliente ingresa a las tiendas a buscar el producto y no lo encuentra en su lugar habitual de exhibición.

Resultados por Categoría



Impacto Subcategorías

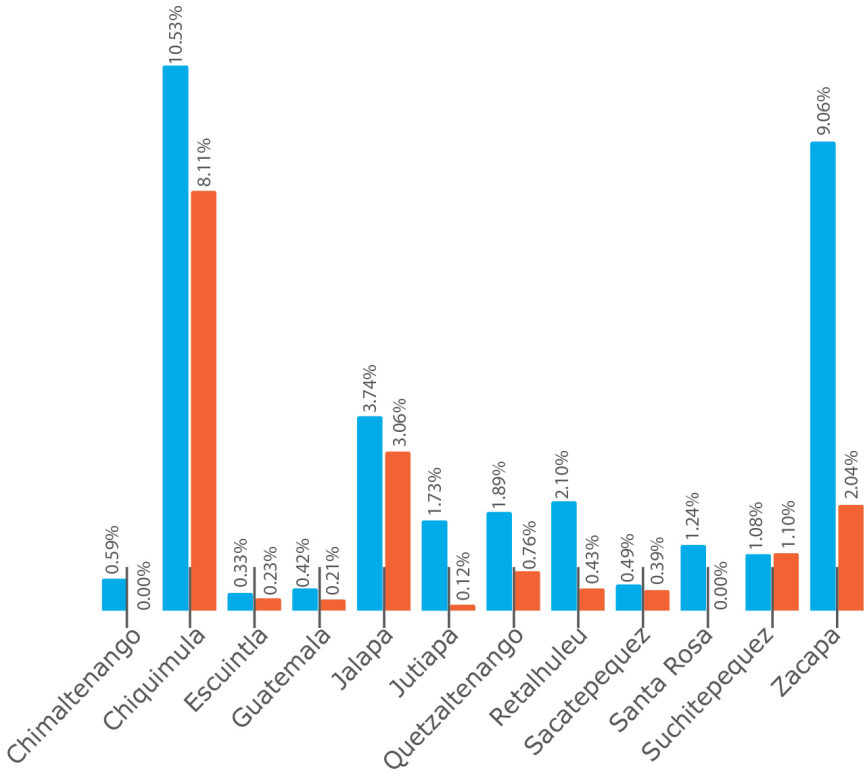


Las seis cadenas participantes en el estudio fueron visitadas en doce departamentos de la República de Guatemala.

OOS & VOID por departamento

Los departamentos con mayor número de incidencias de faltantes fueron Chiquimula y Zacapa. Los departamentos con mejor resultado fueron Escuintla y Guatemala.

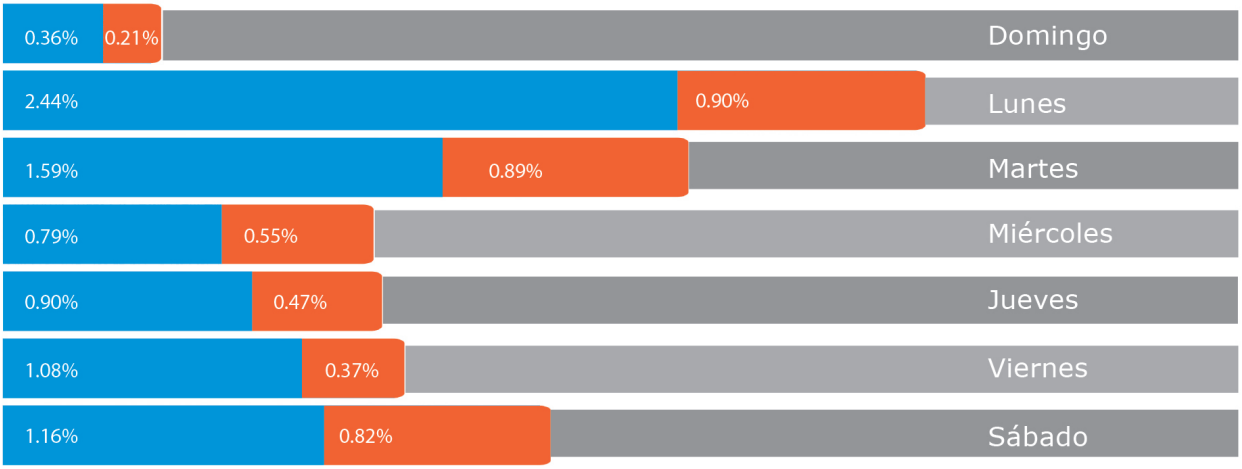
Sin embargo, los departamentos de Chiquimula y Jalapa reflejan una alta incidencia de VOID, lo cual invita a depurar la base de datos de las cadenas por medio del Catálogo Electrónico.



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 lunes, seguido por el martes.

También podemos observar que el día de menor faltante es el domingo, que se alinea con el comportamiento de compra que habían tenido los consumidores antes de la pandemia, ya que las compras se están realizando durante el fin de semana.

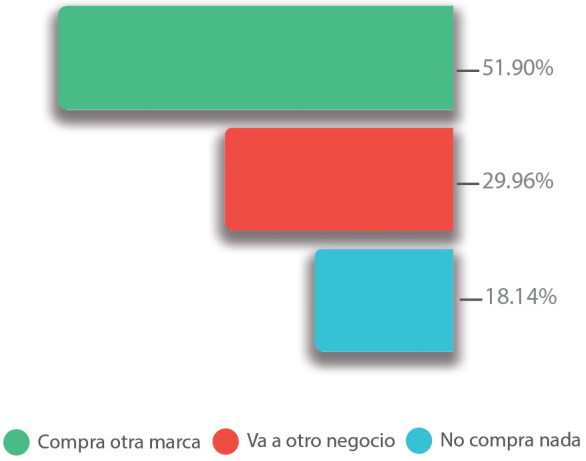


La encuesta realizada durante el Estudio de Disponibilidad 2022 nos refleja la percepción del consumidor ante un faltante al momento de buscar el producto en su lugar habitual de exhibición

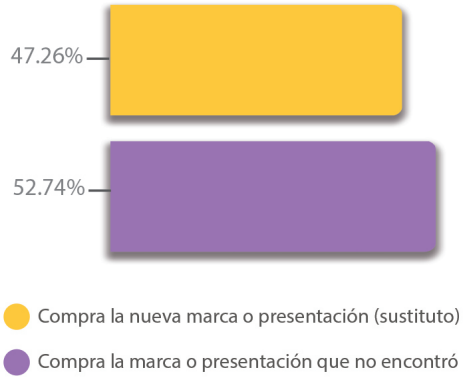
Los datos que se presentan a continuación corresponden a una muestra en la cual el 38.49% de los entrevistados están comprendidos en edades entre los 35 y 49 años.

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

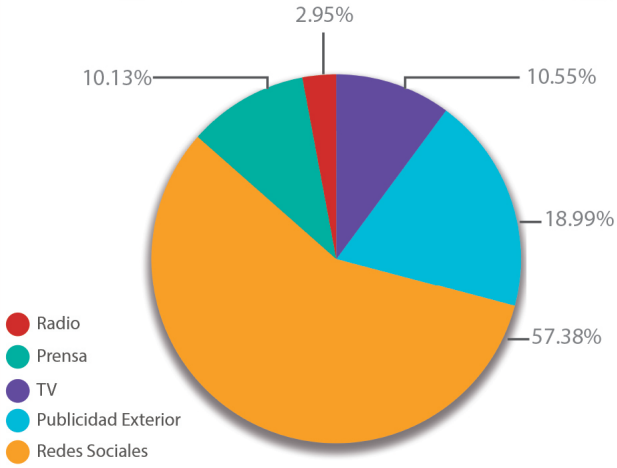
¿Cuál es su actitud ante el producto faltante?



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

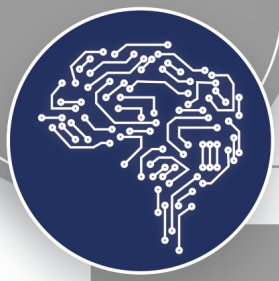


¿Por qué medio se entera de las promociones de los supermercados?



¿Qué es OSA Analytics?

Es una poderosa herramienta que utiliza inteligencia artificial y aprendizaje de máquina para identificar la disponibilidad que tienen sus productos en las góndolas de cada tienda con los datos diarios de sell out.



Utiliza información de sell out y stock. Además, potencia las capacidades con las mediciones presenciales de GS1 agregando más visibilidad con las causales físicas.

- **TIENDA** ¿Existe stock suficiente en la tienda?
- **CD** ¿Existe stock suficiente en el Centro de Distribución?
- **VENTAS** ¿El producto presenta ventas normales o atípicas?
- **REABASTO** ¿El reabastecimiento es adecuado?

¿Por qué un OSA Analytics complementa los estudios físicos?

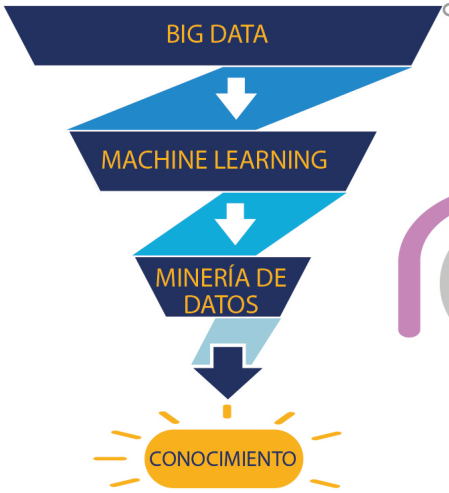
OSA Analytics utiliza datos de sell out, stocks y cualquier otra información que permiten generar KPI´s de forma diaria.

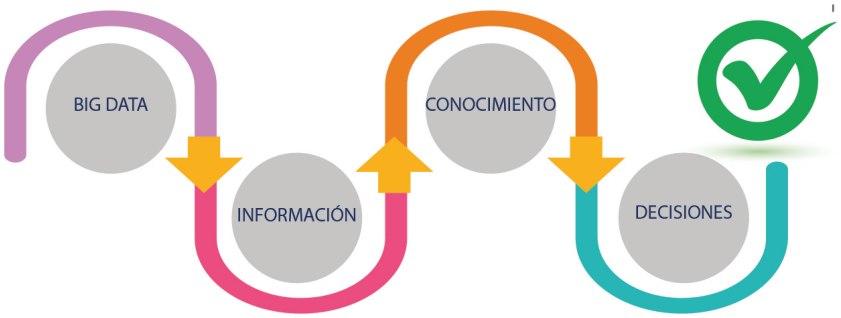
Sin embargo, los estudios físicos a través de un auditor de campo, permite validar causales desde la perspectiva del consumidor.

OSA Analytics potencia las capacidades de las medicio-nes de GS1, llegando hasta el 100% de las tiendas y productos.

¿Cómo funciona OSA Analytics?

Realiza minería de datos analizando miles de datos con herramientas especiali-zadas para brindarle el conocimiento que necesita para la toma de decisiones.





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:

GRUPO BARCODE

www.gs1gt.org

GS1 es una marca registrada de GS1 AISBL.
Todos los derechos reservados ©GS1 AISBL 2022.