

# XXI Estudio de Disponibilidad de Mercadería en Gondola **FMG - 2025**



Septiembre 2025

Disponibilidad de productos en el 2025.

El año 2025 ha sido marcado por una serie de acontecimientos globales que afectan la cadena de abastecimiento de todo tipo de producto, materia prima, material de empaque entre otros; que en buena parte se ve reflejado en la disponibilidad de productos en góndola y por supuesto en los hábitos del consumidor, de tal manera que la gestión de nuestros procesos busca y debe adaptarse a dichos cambios.

GS1 Guatemala ha buscado mantener una métrica nacional que permite, a lo largo de más de dos décadas, reflejar las causas por las que un producto no está en la góndola o en el lugar habitual de compra para el consumidor. Estas causales son el detonante en cada proceso relacionado que permite tomar acción para mitigar el efecto de la falta de un producto ante los ojos del consumidor.

El estudio de disponibilidad de productos en góndola va más allá

de ser un simple indicador; se vuelve una herramienta de gestión para cada dueño de procesos y en nuestra experiencia a lo largo de estos más de 20 años, es un elemento que ha permitido que tanto proveedores como detallistas busquen la eficiencia y eficacia en los procesos que permitan garantizar al consumidor una presencia de los productos.

Nuestra invitación está siempre sobre la base del análisis de las causales, buscar las mejoras en el flujo de información que permita una comunicación fluida para un reabastecimiento correcto en tiempo y forma de cada producto hasta el lugar acostumbrado de compra en las góndolas impactando de forma directa y positiva la experiencia del consumidor.

Ahora en 2025 junto a herramientas de IA, analítica de datos; con proyectos como el de SmartOsa que nuestra organización tiene a su disposición, podemos establecer un universo híbrido de gestión que junto a el análisis nacional de disponibilidad en góndola que

presentamos en este informe de nuestro Estudio FMG 2025, se vuelven herramientas de gestión para tener todo un entorno en el retail con métricas fundamentadas en información certera desde la fuente.

Es un verdadero gusto presentar nuevamente un estudio de disponibilidad de mercadería en góndola que muestra toda esta información clave sumada a la de hábitos del consumidor para fortalecer la mejora continua de los procesos involucrados entre proveedor y detallista. Agradecemos profundamente a todos los que han confiado y nos han permitido a lo largo de todos estos 35 años de GS1 Guatemala consolidarnos como ser un referente para este sector en materia de cadena de valor. Estamos convencidos seguros de que iniciamos una nueva etapa de transformación digital para seguir sirviendo y generando valor para a todos nuestros asociados.

Arturo Ramírez Munguía.  
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.

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

- **Período de medición** 20 de junio al 31 de agosto
- **Días de la semana medidas** Lunes a Domingo
- **Horarios de medición** A.M. - P.M.

Número de mediciones realizadas  
**191,341**

Número de marcas medidas  
**946**

Promedio de visitas realizadas por tienda  
**3**

Total de visitas por tienda  
**254**

### • Muestra por 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

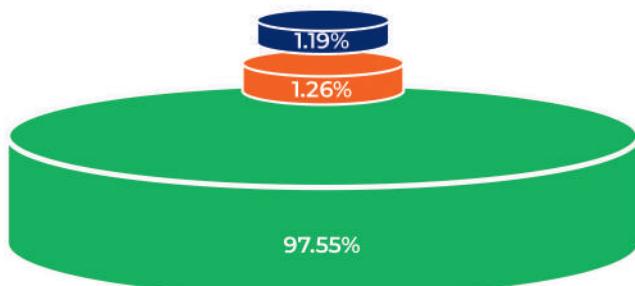
- Productos para la casa
- Productos para la ropa



Las seis cadenas participantes en el estudio fueron investigadas a través de 190,341 mediciones realizadas a lo largo del periodo comprendido de entre el 20 de junio al 31 de agosto del presente año, cubriendo 254 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 97.55% de ocasiones, lo cual representa 186,646 hallazgos satisfactorios.

## Resultados Generales FMG 2025



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

Se detecta 1.19% de mediciones fuera de stock y la recurrencia de faltante por cancelaciones de disponibilidad de productos alcanza el 1.26% de las mediciones.

**OSA** (Producto Disponible en Góndola)

**OOS** (Fuera de Stock)

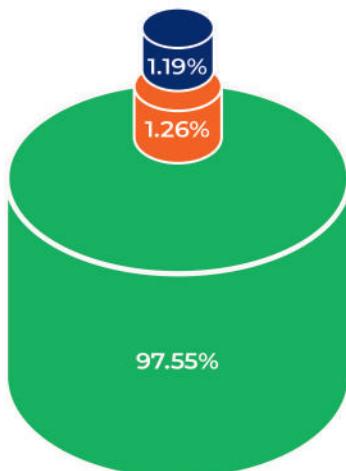
**VOID** (Depurado)

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 (0.44%).

## Evolución Anual OOS (Out of Stock)

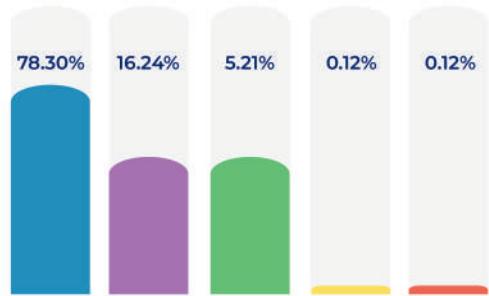


## Desempeño General de los Procesos



|                           | Osa   | Oos   |
|---------------------------|-------|-------|
| Operación de bodegas      | 0.07% | 0.00% |
| Gestión de Segmentación   | 0.00% | 1.12% |
| Gestión de Proveedores    | 0.44% | 0.00% |
| Gestión de Compras        | 0.03% | 0.14% |
| Administración de Góndola | 0.36% | 0.00% |
| Abastecimiento General    | 0.29% | 0.00% |

## Desempeño Gestión de Proveedores



- El proveedor no se ha presentado a entregar el producto en tiempo y forma.
- El proveedor no entregó en tiempo y forma al C.D.
- El proveedor no levantó el pedido en la tienda.
- El C.D. Rechazó la mercadería al proveedor por motivos inherentes al producto.
- Se ha rechazado la mercadería al proveedor por motivos inherentes a esta.

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

OSA OOS



#### Cuidado del Hogar

97.79%

2.21%

434

19,206

#### Cuidado Personal

98.81%

1.19%

287

23,817

#### Bebidas

97.77%

2.23%

973

42,734

#### Alimentos

97.11%

2.89%

3,001

100,889

#### Total Categorías

97.55%

2.45%

4,695

186,646

### Impacto de Subcategorías

OSA OOS VOID



#### Alimentos congelados y refrigerados (Perecederos)

94.43%

2.54%

3.03%



#### Alimentos en general (No perecederos)

98.10%

0.93%

0.98%



#### Bebidas alcohólicas

98.43%

0.73%

0.84%



#### Bebidas sin alcohol

97.51%

1.25%

1.24%



#### Productos para el cabello

98.57%

0.87%

0.56%



#### Productos para el cuerpo

98.87%

0.45%

0.58%



#### Productos para la casa

97.60%

1.45%

0.96%



#### Productos para la ropa

98.17%

0.93%

0.90%

90%

92%

94%

96%

98%

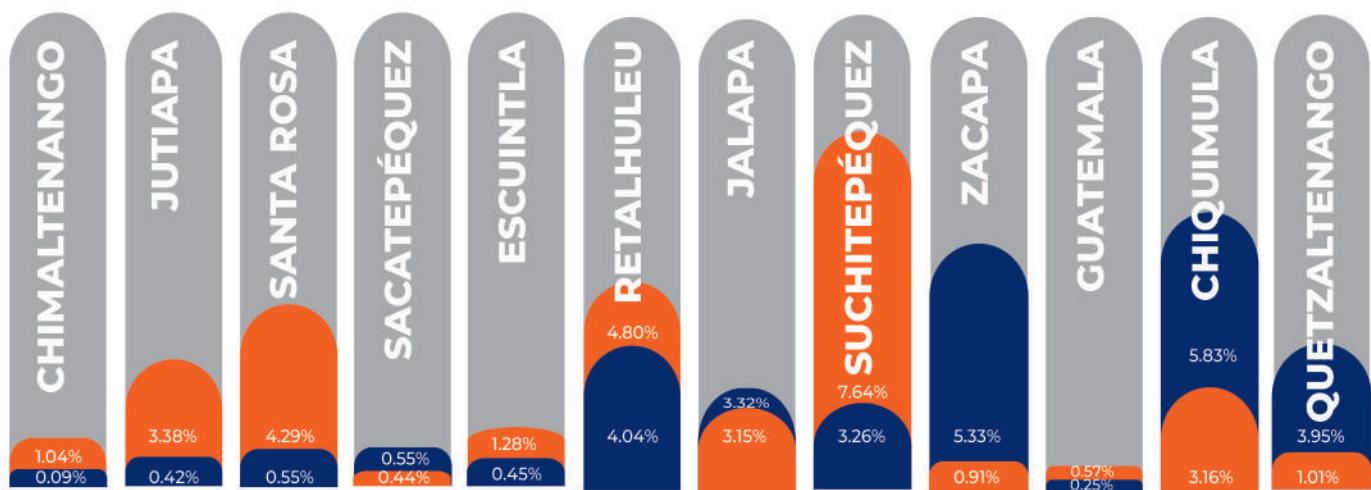
100%

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

**OOS**    **VOID**

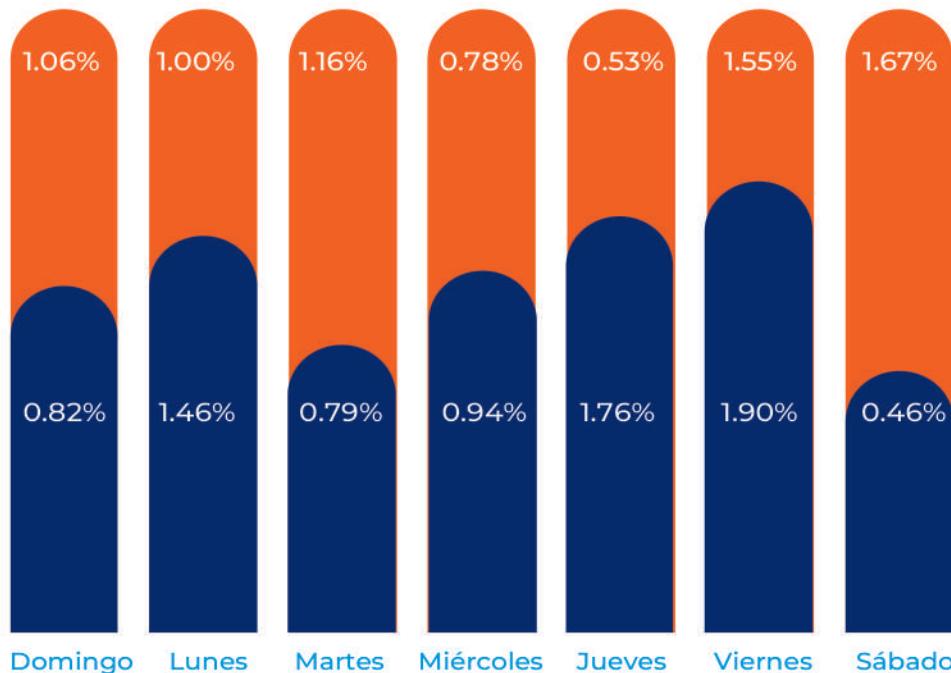
### OOS & VOID por Departamento

Los departamentos con mayor número de incidencias de faltantes fueron Chiquimula y Zacapa. Los departamentos con mejor resultado fueron Chimaltenango y Guatemala. Sin embargo, los departamentos de Suchitepéquez, Retalhuleu, Santa Rosa, Jalapa 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.



**OOS**    **VOID**

### OOS & VOID por Día de la Semana

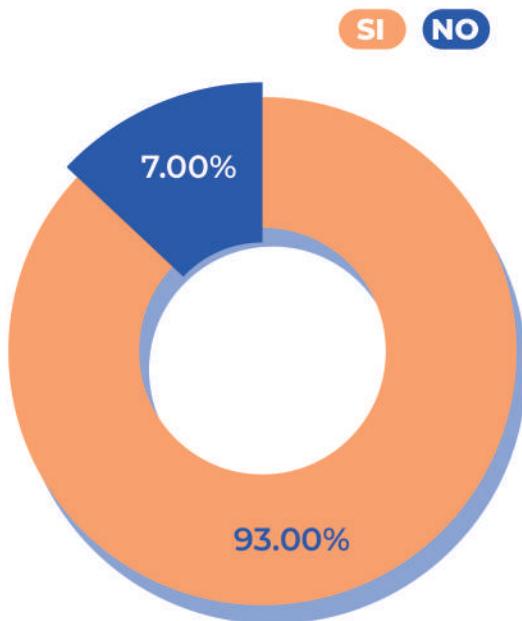


El día de la semana que refleja mayor oportunidad de mejora en la disponibilidad de los productos es el viernes, seguido por el jueves. También podemos observar que el día de menor faltante es el domingo, indicando una dinámica de reabastecimiento en las cadenas que inicia el sábado orientado a tener 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 2025 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 84% de los entrevistados están comprendidos en edades entre los 21 y 49 años.

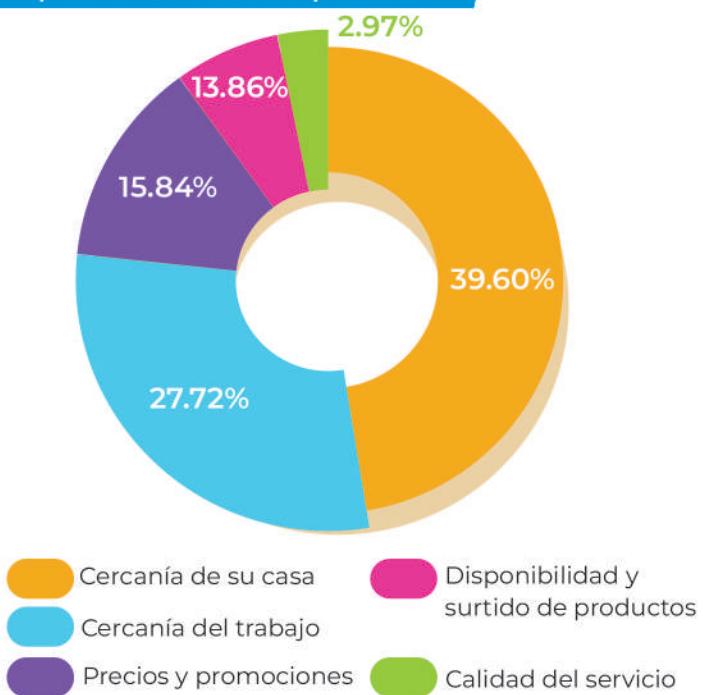
*¿El día de hoy en esta visita, encontró todos los productos que buscaba?*



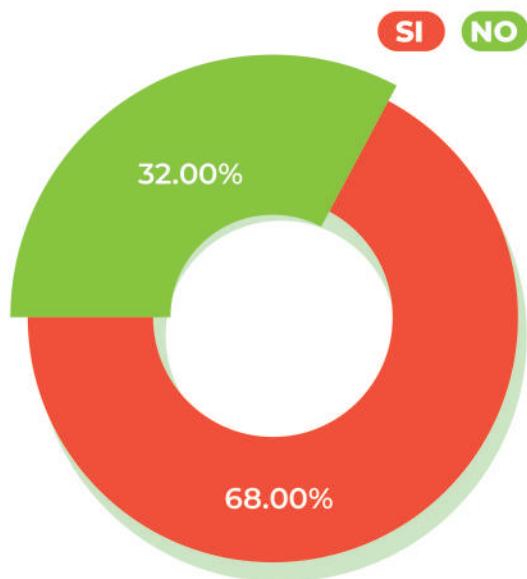
*¿Cuál es su actitud ante el producto faltante?*



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



*¿Realiza compras en línea?*





# El futuro de tu negocio en un código 2D

## Un código, infinitas posibilidades

Estamos frente a una revolución tecnológica que transforma la forma de gestionar tu negocio.

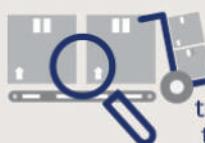
Con los códigos 2D Digital Link, tus procesos son más ágiles, reduces desperdicios y accedes a nuevas oportunidades de crecimiento.

La evolución ha llegado, y con ella, una mayor facilidad para gestionar los negocios.

### Beneficios



Conecta a tus clientes con información relevante de tu producto



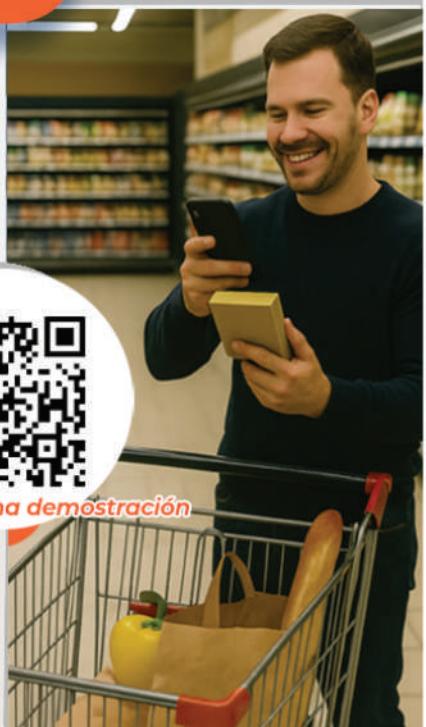
Mejora la trazabilidad de tus productos



Optimiza tu inventario y procesos



Escanee para una demostración



Transforma tu código y potencia tu negocio



Guatemala

## 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  
 3269 1824  
E: [info@g1gt.org](mailto:info@g1gt.org)

[www.g1gt.org](http://www.g1gt.org)



## Con el patrocinio de:

