

XXII Estudio de
Disponibilidad de
Mercadería en Góndola

FMG - 2026

El presente año ha estado marcado por un entorno caracterizado por la sobreabundancia de información. La inteligencia artificial, a través de plataformas conversacionales, permite generar respuestas de manera inmediata a las solicitudes de los usuarios. Sin embargo, en muchas ocasiones, dicha información puede sustentarse en fuentes poco claras o insuficientemente delimitadas, lo que puede llevar a asumir, erróneamente, que toda la información generada es correcta y confiable.

Por esta razón, en un contexto dinámico y saturado de información, el análisis de datos debe fundamentarse en fuentes confiables que permitan identificar, validar y demostrar el origen de la información, así como los procesos mediante los cuales esta ha sido generada.

Este estudio es un ejemplo de cómo la recopilación, validación y análisis de información pueden generar evidencia útil para la toma de decisiones. A partir de la perspectiva del consumidor frente a las góndolas de los supermercados y gracias al apoyo y colaboración de las cadenas participantes, el estudio permite identificar hallazgos que van más allá de las causas tradicionales que suelen reflejar los sistemas de información. Esto permite comprender con mayor precisión las

razones del desabastecimiento y, sobre todo, fortalecer los procesos de la cadena de suministro mediante la identificación de oportunidades de mejora.

En esta nueva edición, el Estudio Nacional de Disponibilidad de Mercadería en Góndola (FMG) reafirma su aporte a la construcción de procesos más sólidos para la construcción de procesos más sólidos, bajo una visión objetiva orientada a la mejora continua. Su contribución trasciende la simple medición de los niveles de disponibilidad y el análisis de sus causas; busca además identificar patrones y transformar los hallazgos observados en el punto de venta en información útil para la toma de decisiones de todos los actores que conforman la cadena de valor.

En su XXII edición, FMG 2026 reafirma la evolución que ha experimentado a lo largo de los años, consolidándose como un insumo estratégico que permite analizar información, anticipar cambios y generar acciones de mejora en distintos escenarios de gestión. Hoy, la analítica de datos, la inteligencia artificial aplicada al retail y las soluciones tecnológicas amplían nuestra capacidad para transformar los datos obtenidos en información accionable que fortalezcan la ejecución y generen valor para las organizaciones.

Nuestro compromiso abarca toda la cadena de valor, desde los proveedores hasta el consumidor final. Por ello, esta edición incorpora nuevamente la recopilación de información sobre el comportamiento y los hábitos del consumidor en cada punto de venta visitado, con el propósito de incorporar su voz y experiencia y lleguen a los actores responsables de garantizar un abastecimiento eficiente y oportuno.

Los resultados del Estudio FMG 2026 son posibles gracias al compromiso y apoyo de las empresas patrocinadoras; de las cadenas de supermercados, que nos facilitan los procesos de levantamiento de información y recopilación de evidencia; y de nuestros aliados tecnológicos estratégicos. El esfuerzo conjunto de todos ellos hace posible esta iniciativa. Su respaldo nos permite presentar, una vez más, una visión objetiva del estado del ecosistema empresarial de nuestro país, cada día más conectada e integrada.

En GS1 Guatemala creemos en el poder de los estándares para transformar la forma en que trabajamos y vivimos. Esta convicción continúa guiando nuestro compromiso con la generación de información confiable y accionable, la mejora de los procesos y el fortalecimiento de toda la cadena de valor.

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** (Producto Depurado)

Período de medición	Días de la semana medidos	Horarios de medición
22 de junio al 30 de agosto	Lunes a Domingo	A.M. - P.M.

TIENDAS EVALUADAS
97

CADENAS PARTICIPANTES
6

NÚMERO DE MEDICIONES REALIZADAS
179,796

NÚMERO DE MARCAS MEDIDAS
817

PROMEDIO DE VISITAS REALIZADAS POR TIENDA
3

TOTAL DE VISITAS POR TIENDA
259

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

¿CÓMO ESTÁ LA DISPONIBILIDAD EN GUATEMALA?

FMG 2026 refleja una disponibilidad general de **93.56%** en los puntos de venta evaluados. Out of Stock (OOS) alcanzó **5.43%** mostrando un incremento relevante frente al **1.19%** registrado en 2025 y evidenciando nuevas oportunidades de gestión a lo largo de la cadena de abastecimiento.

Evolución Histórica del OOS (Out of Stock)

Resultado Global
FMG 2026

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

El resultado global permite dimensionar la disponibilidad; el análisis de sus causas permite identificar dónde actuar.

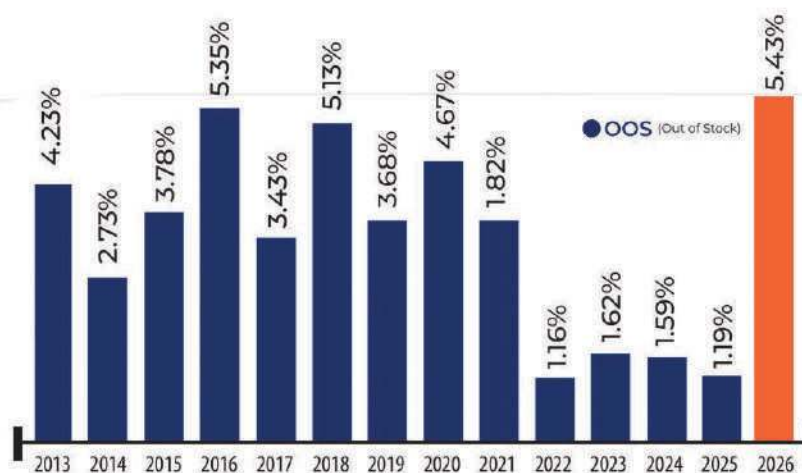
**93.56**

de cada **100** mediciones encontraron el producto disponible en su lugar habitual de exhibición.

Evolución Anual del OOS
(Out of Stock)¿QUÉ NOS DICE
LA TENDENCIA?

Después de cuatro años consecutivos con niveles de OOS inferiores al **2%**, en 2026 el indicador aumenta a **5.43%**

Este comportamiento refuerza la importancia de profundizar en categorías, procesos y causales que impactan la disponibilidad.



Incremento del OOS
vs. 2025

+4.24 p.p.

Desempeño General de
los ProcesosDesempeño Abastecimiento
en General

PROCESO	OOS	% DEL TOTAL OOS
Abastecimiento General	1.77%	33%
Administración de Góndola	1.52%	28%
Gestión de Compras	0.36%	7%
Gestión de Proveedores	1.19%	22%
Operación de Bodegas	0.59%	11%
TOTAL GENERAL 5.43%		

PROCESO	VOID	% DEL TOTAL VOID
Gestión de Compras	0.60%	59%
Gestión de Segmentación	0.41%	41%
TOTAL VOID 1.01%		



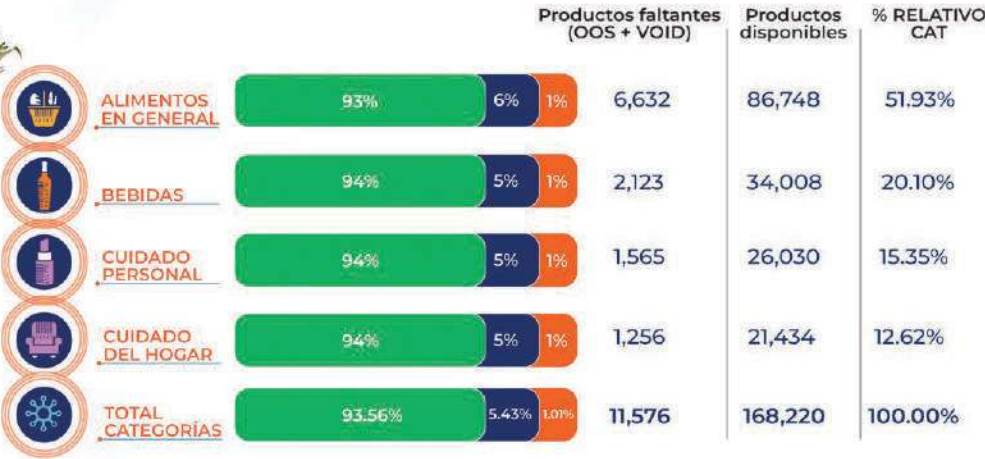
- El C.D. no entregó el pedido a la tienda en tiempo y forma.
- El C.D. no tiene stock suficiente antes o durante la operación de distribución.
- El local no realizó el pedido correspondiente.
- Inexactitud de inventario.
- El proveedor no se ha presentado a entregar el producto en tiempo y forma.

¿DÓNDE ESTÁN LAS OPORTUNIDADES?

La disponibilidad se mantiene estable entre categorías; sin embargo, Alimentos en General, por su peso dentro del estudio y mayor nivel de OOS, representa el principal foco de oportunidad para fortalecer la disponibilidad en góndola.

Resultados por Categoría

OSA (Productos disponibles) OOS (Productos faltantes) VOID (Productos depurados)

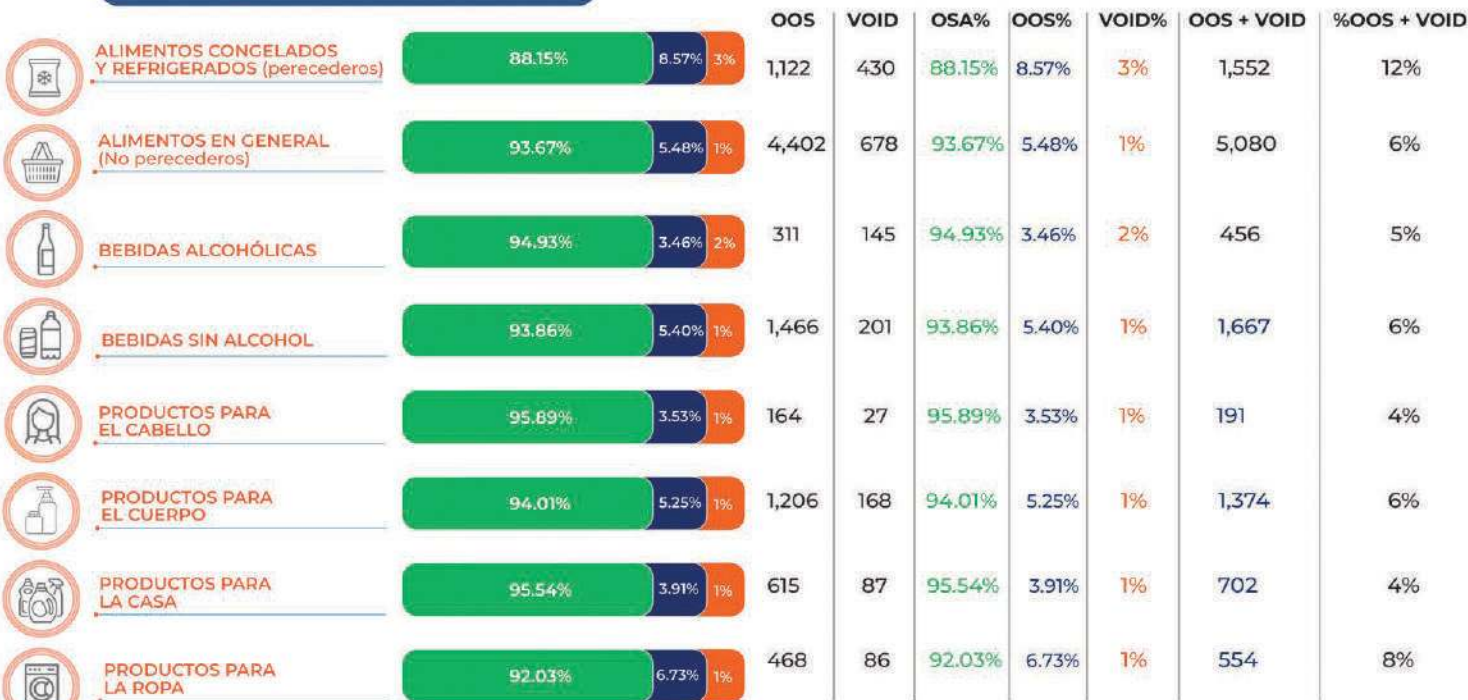


*%relativos calculados sobre el total de productos disponibles + faltantes + sin información por categoría

CATEGORÍA	OSA	OOS	VOID	OSA%	OOS%	VOID%	OOS + VOID	%OOS + VOID	%RELATIVO CAT
Alimentos en General	86748	5524	1108	93%	6%	1%	6632	7%	51.94%
Bebidas	34008	1777	346	94%	5%	1%	2123	6%	20.10%
Cuidado Personal	26030	1370	195	94%	5%	1%	1565	6%	15.35%
Cuidado del Hogar	21434	1083	173	94%	5%	1%	1256	6%	12.62%

Resultados por Subcategoría

OSA (Productos disponibles) OOS (Productos faltantes) VOID (Productos depurados)



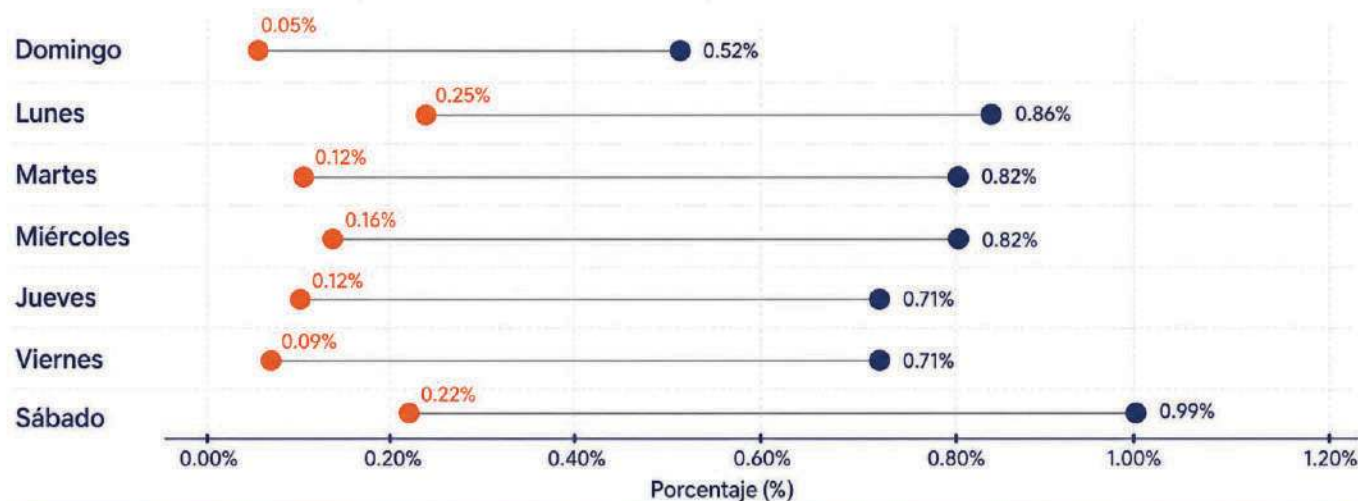
*%relativos calculados sobre el total de productos disponibles + faltantes + sin información por categoría

¿EN QUÉ DÍA FALTA EL PRODUCTO?

En 2026, la mayor oportunidad de mejora se concentra el **sábado**, desplazándose respecto al **viernes** observado en 2025. El **domingo** continúa mostrando la menor incidencia de faltantes, evidenciando diferencias en la disponibilidad asociadas a la dinámica semanal de abastecimiento y reposición.

OOS + VOID
por día de la semana

● OOS (Productos faltantes) ● VOID (Productos depurados)



**TOTAL
GENERAL**

OOS (Productos faltantes)

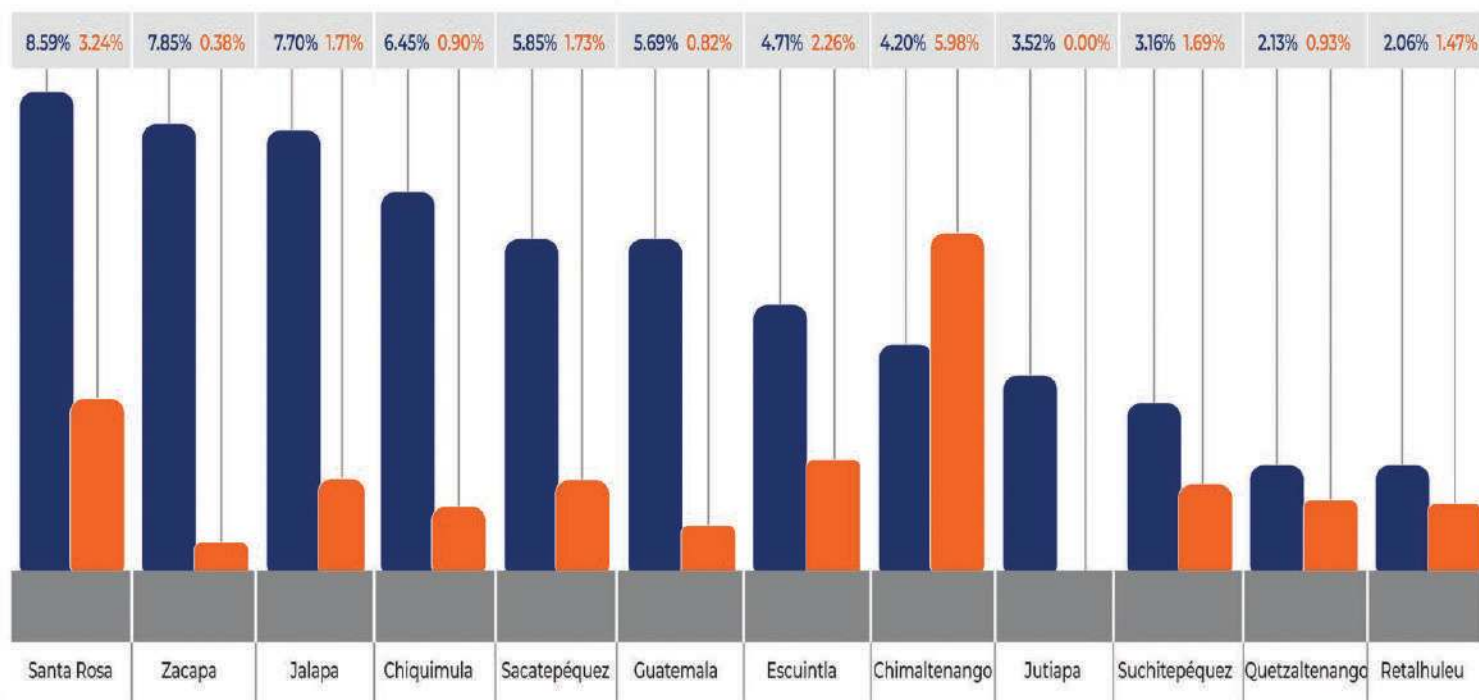
5.43%

VOID (Productos depurados)

1.01%

OOS + VOID
Por Departamento

● OOS (Productos faltantes) ● VOID (Productos depurados)



CUANDO EL PRODUCTO NO ESTÁ, EL SHOPPER DECIDE

La falta de disponibilidad impacta directamente en la experiencia del consumidor, sus decisiones de compra y la pérdida potencial de ventas.

Los datos que se presentan a continuación corresponden a una muestra en la cual **41%** de los entrevistados está comprendido entre los **35 y 49 años**.

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



En 2026, el **93%** de los consumidores encontró todos los productos que tenía previsto comprar, resultado que se mantiene sin variación respecto de 2025.

¿Cuál es su actitud ante el producto faltante?



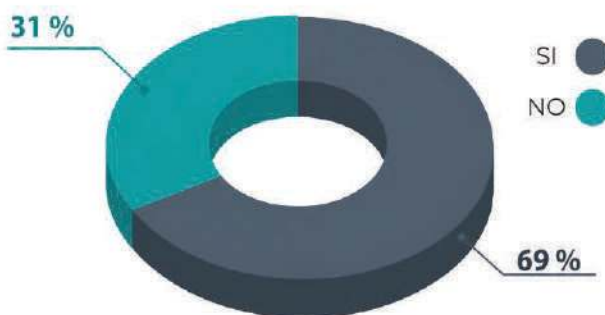
En 2026, el **54%** busca el producto en otro lugar, frente al **43%** en 2025. En contraste, la sustitución de otra marca disminuyó del **35%** al **24%** evidenciando mayor fidelidad hacia la marca deseada.

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



En 2026, precios y promociones se consolidó como la principal razón para elegir una tienda, al aumentar del **15.84%** en 2025 al **36%** en 2026. En contraste, en 2025 predominó la cercanía al hogar, con un **39.6%**.

¿Realiza compras en línea?



El **31%** de los consumidores indicó realizar compras en línea, un punto porcentual menos que en 2025. El resultado evidencia que la adopción de este canal se mantiene prácticamente estable.



Cuando el producto no está disponible, el consumidor cambia su decisión, busca alternativas o simplemente desiste de comprar.



Mejorar la disponibilidad no es solo una métrica: es una ventaja competitiva que impulsa **ventas y fidelidad**.



Guatemala

GS1 2D + DIGITAL LINK

La vía de tu producto
al mundo digital

Transforma el código de tu producto en una puerta de acceso a información digital, confiable y actualizada.



Beneficios para tu empresa

- Mejora la experiencia del consumidor**
Brinda acceso a información útil y relevante sobre tus productos.



- Potencia tus estrategias de marketing**
Conecta el producto con contenido digital, promociones y experiencias personalizadas.



- Optimiza tus procesos internos**
Facilita el acceso a información y contribuye a una gestión más eficiente.



- Incrementa la trazabilidad**
Conecta cada producto con información que permite su seguimiento a lo largo de la cadena de valor.



¿Por qué hacerlo con GS1 Guatemala?



GS1 Digital Link es un estándar global que transforma el código de tu producto en un enlace digital e inteligente.



Conecta el mundo físico con el digital y permite compartir información confiable, actualizada y accesible.

¿Tu empresa está lista para dar el siguiente paso?

Conecta tus productos con el mundo digital.

Contáctanos y descubre cómo implementar GS1 + 2D Digital Link.



GS1 Guatemala

Estándares que conectan negocios con el futuro.

Según el Estudio de Hábitos del Consumidor 2026, el **52%** de los consumidores escaneó un **código QR** en productos durante los últimos seis meses. La información nutricional y las promociones y ofertas se posicionaron como los contenidos más buscados, con un **40%** de preferencia cada uno.



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 permite 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.

PARTICIPANTES

Cadenas



Empresas



GS1 Guatemala

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

T: 2245-9595

☎ 3269 1824

E: info@gs1gt.org

Con el patrocinio de:



www.gs1gt.org



GS1 es una marca registrada de GS1 AISBL.
Todos los derechos reservados ©GS1 AISBL 2026.