

Estudio Faltante de Mercaderías 2010



Resultados Generales



Tu plataforma para los negocios

- ➔ **Introducción**
- ➔ **Datos Generales**
- ➔ **Motivos**
- ➔ **Encuestas**
- ➔ **Próximos Pasos**

Participantes Activos



13 Cadenas

Proveedores participando activamente



15 Proveedores

575 Proveedores totales

Definición





















Definición – Que es un FMG?



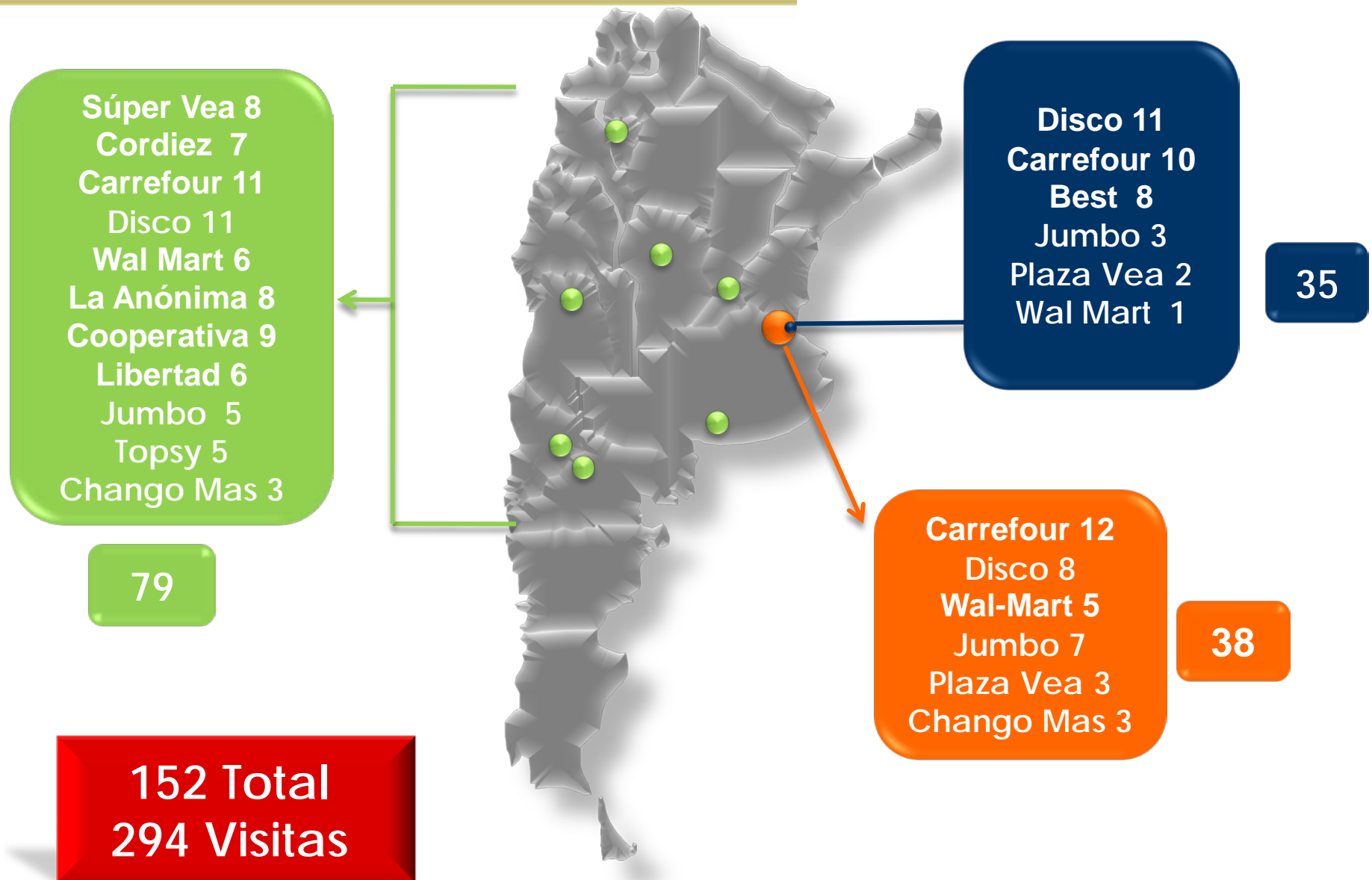
“Todo producto que no pueda ser localizado por el Consumidor final en su lugar habitual de exhibición en el salón de ventas”

(Exhibición primaria)

Cronograma

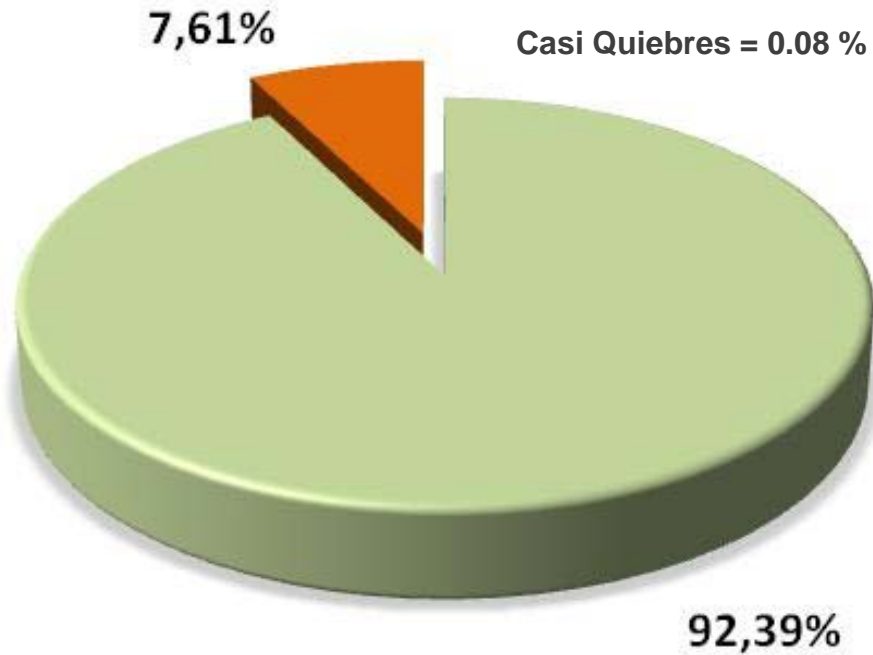
SEMANA/ CUIDAD	5/04 al 09/04	12/04 al 16/04	19/04 al 23/04	26/04 al 30/05	03/05 al 07/05
CAPITAL					
GBA					
MENDOZA					
CORDOBA					
NEUQUEN					
GENERAL ROCA					
TUCUMÁN					
ROSARIO					
BAHIA BLANCA					

Dimensión del Estudio



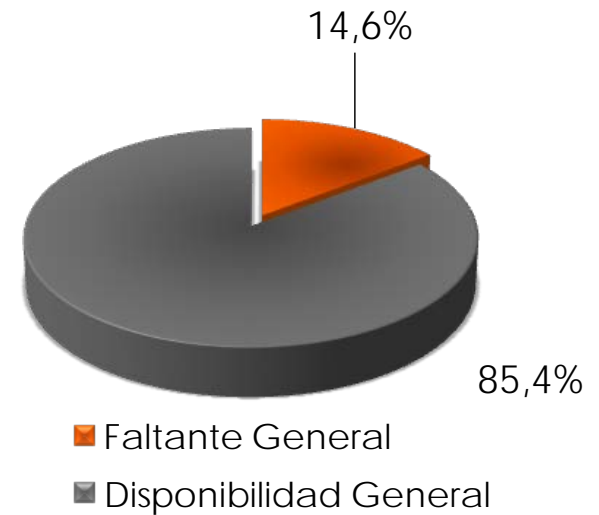
FMG 2010

2010



Medidos	220.494
Disponibles	203.711
Faltantes	16.788

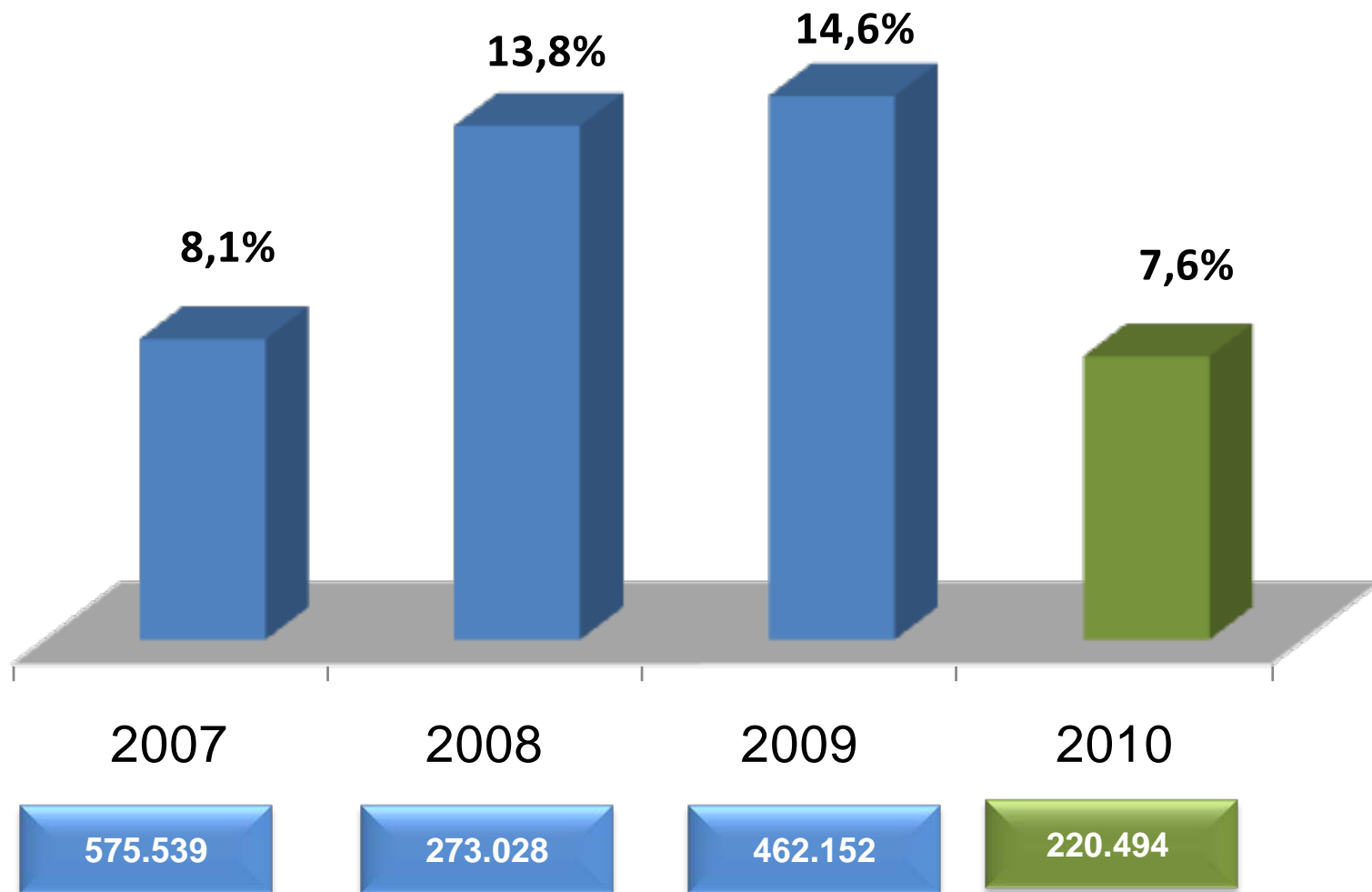
2009



- Faltante General
- Disponibilidad General

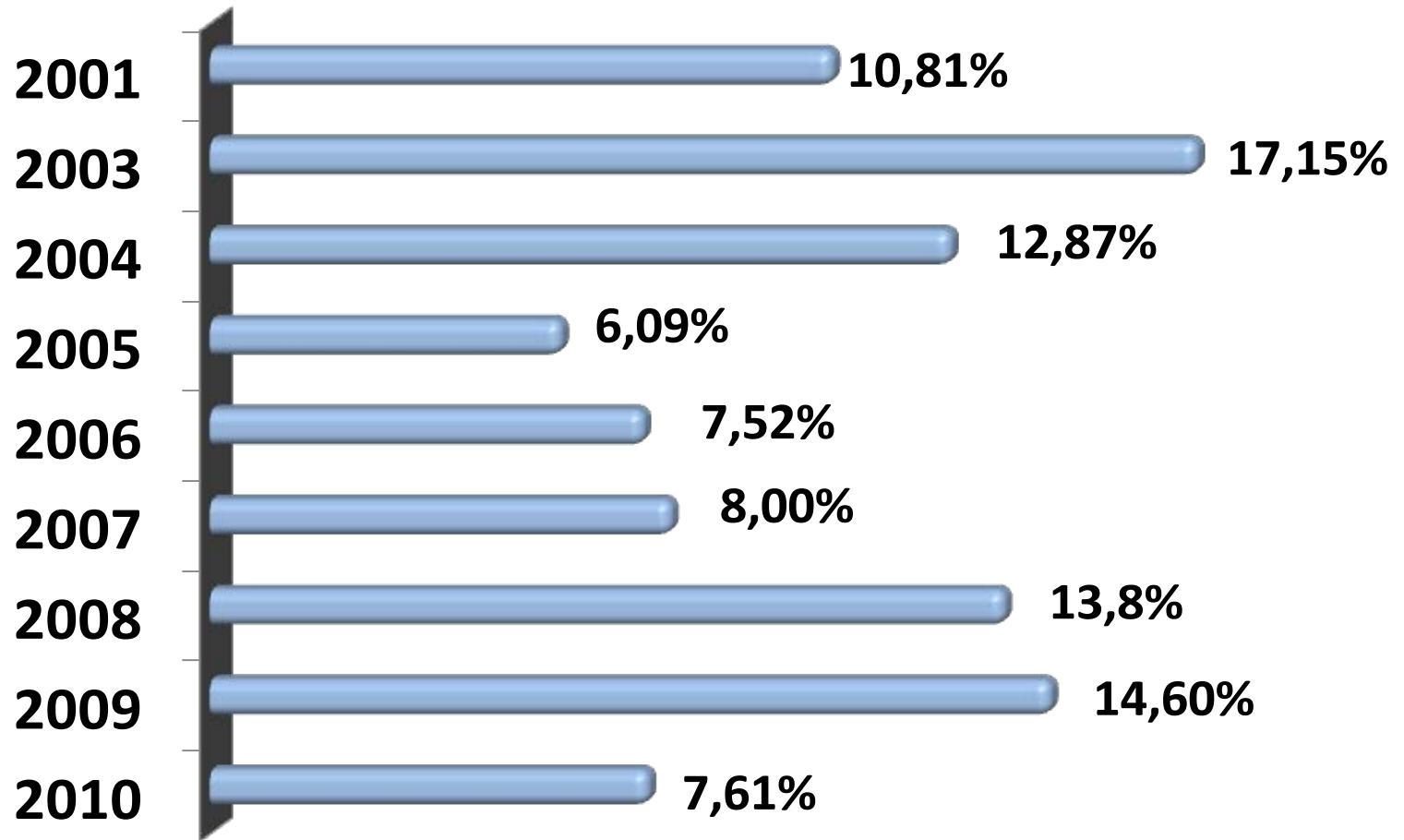
Medidos	462.152
Disponibles	394.689
Faltantes	67.463

Evolución anual

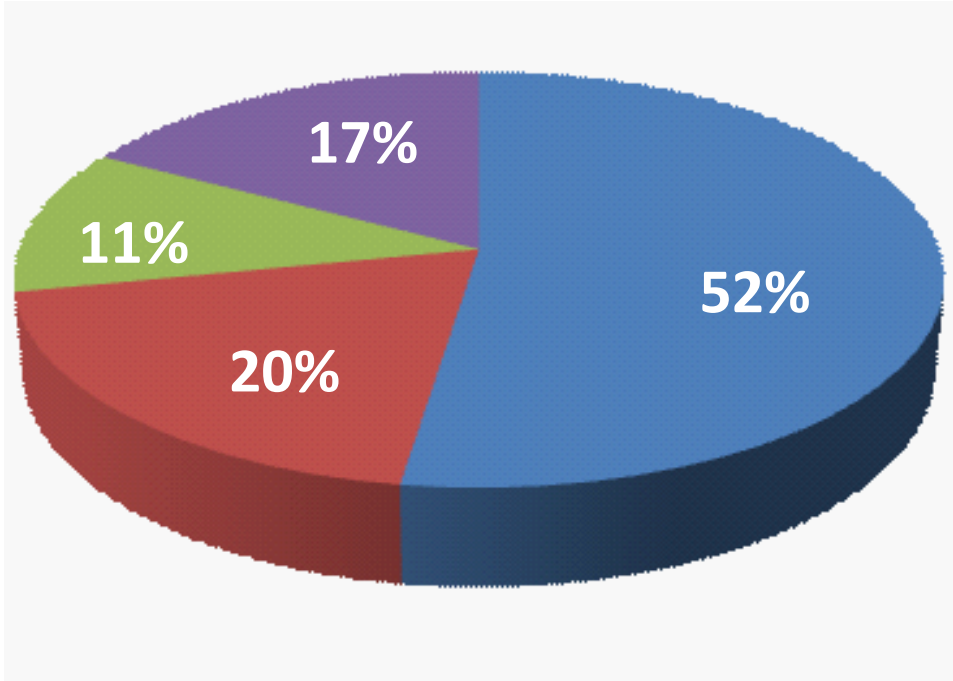


Mediciones
General

Evolución anual



SKU's por categoría



**SKU'S
General**

7.401

Alimentos

3.882

Bebidas

1.435

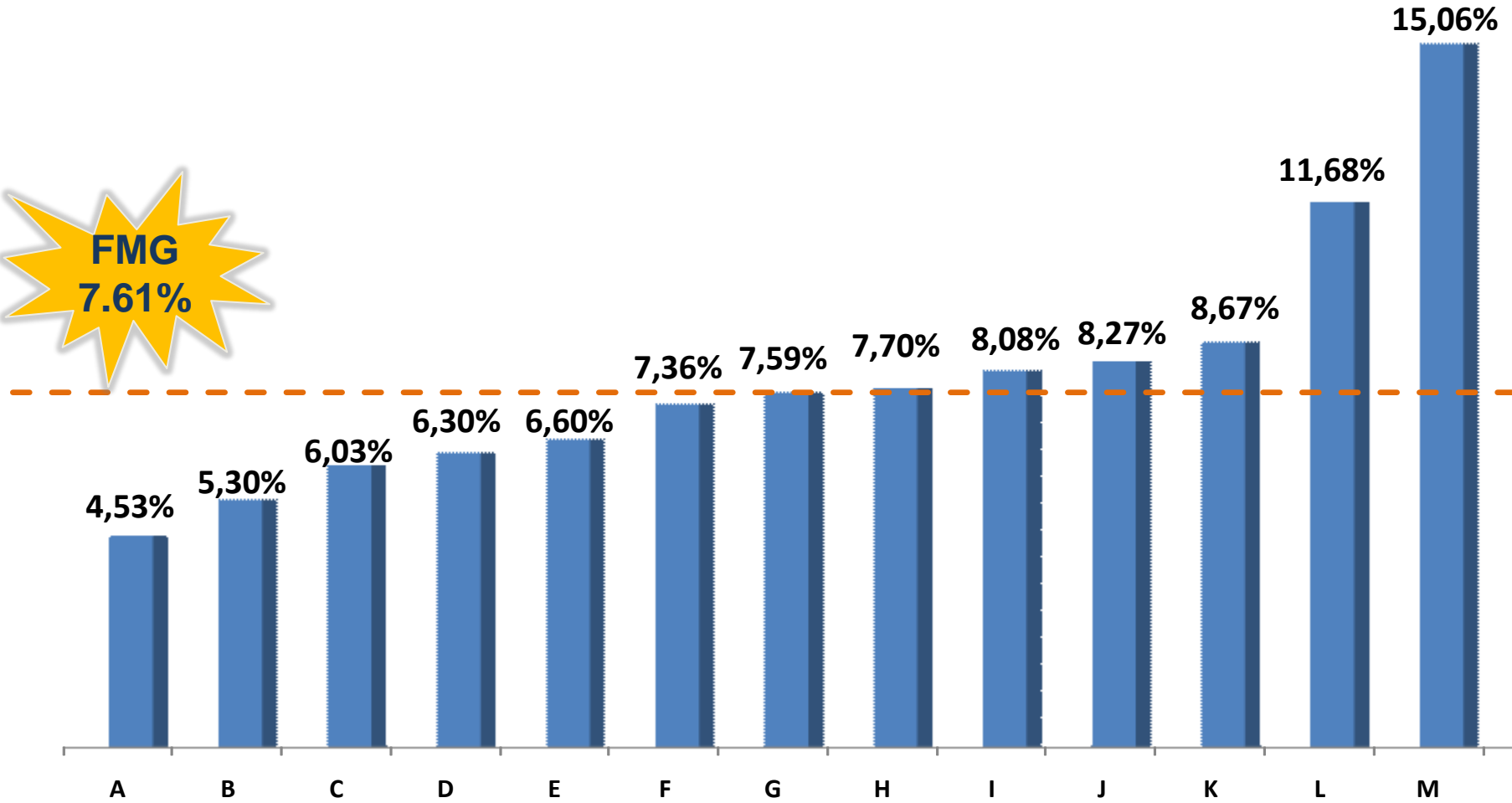
H. Personal

1.261

C. Del Hogar

823

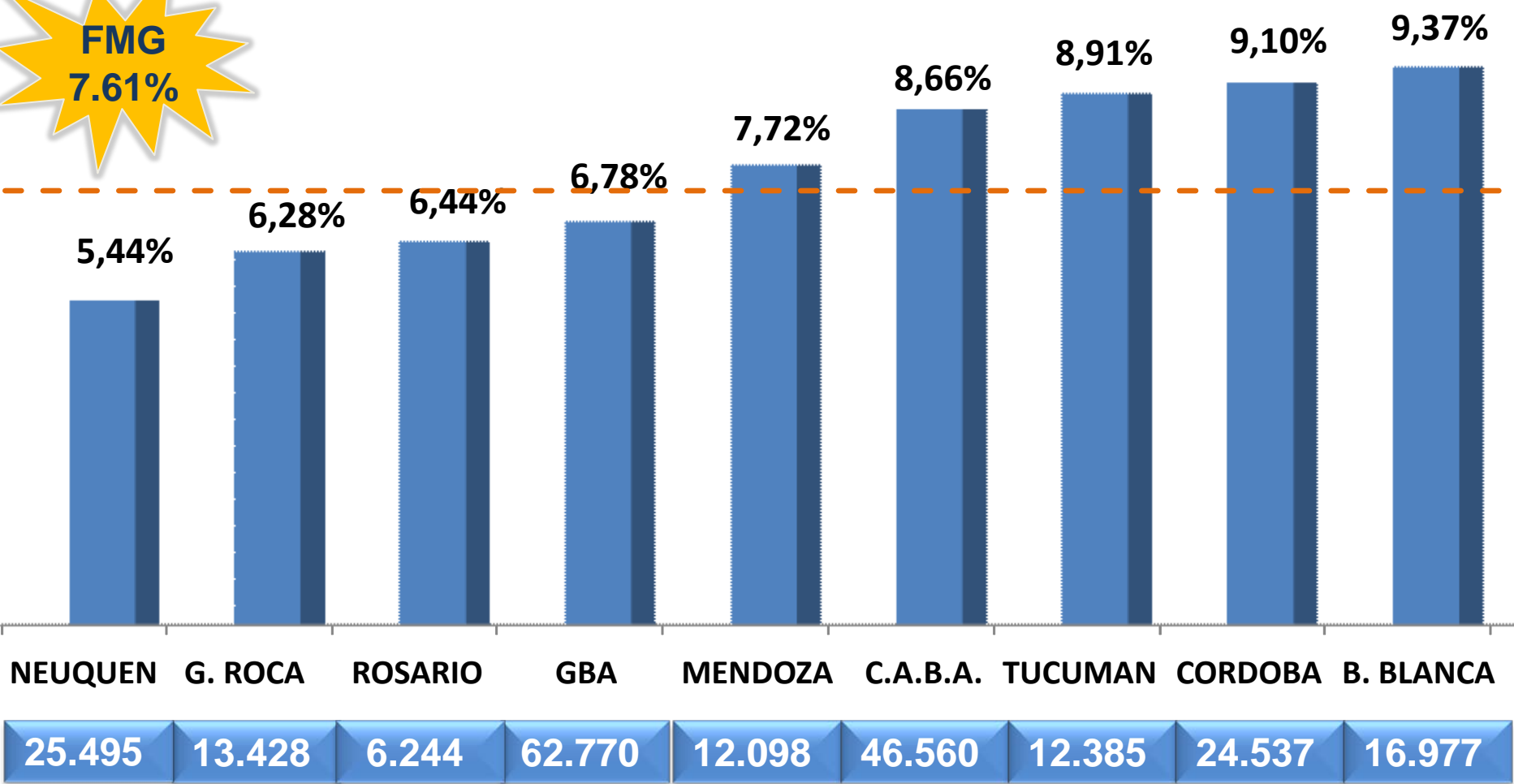
Resultados – Cadena Ranking



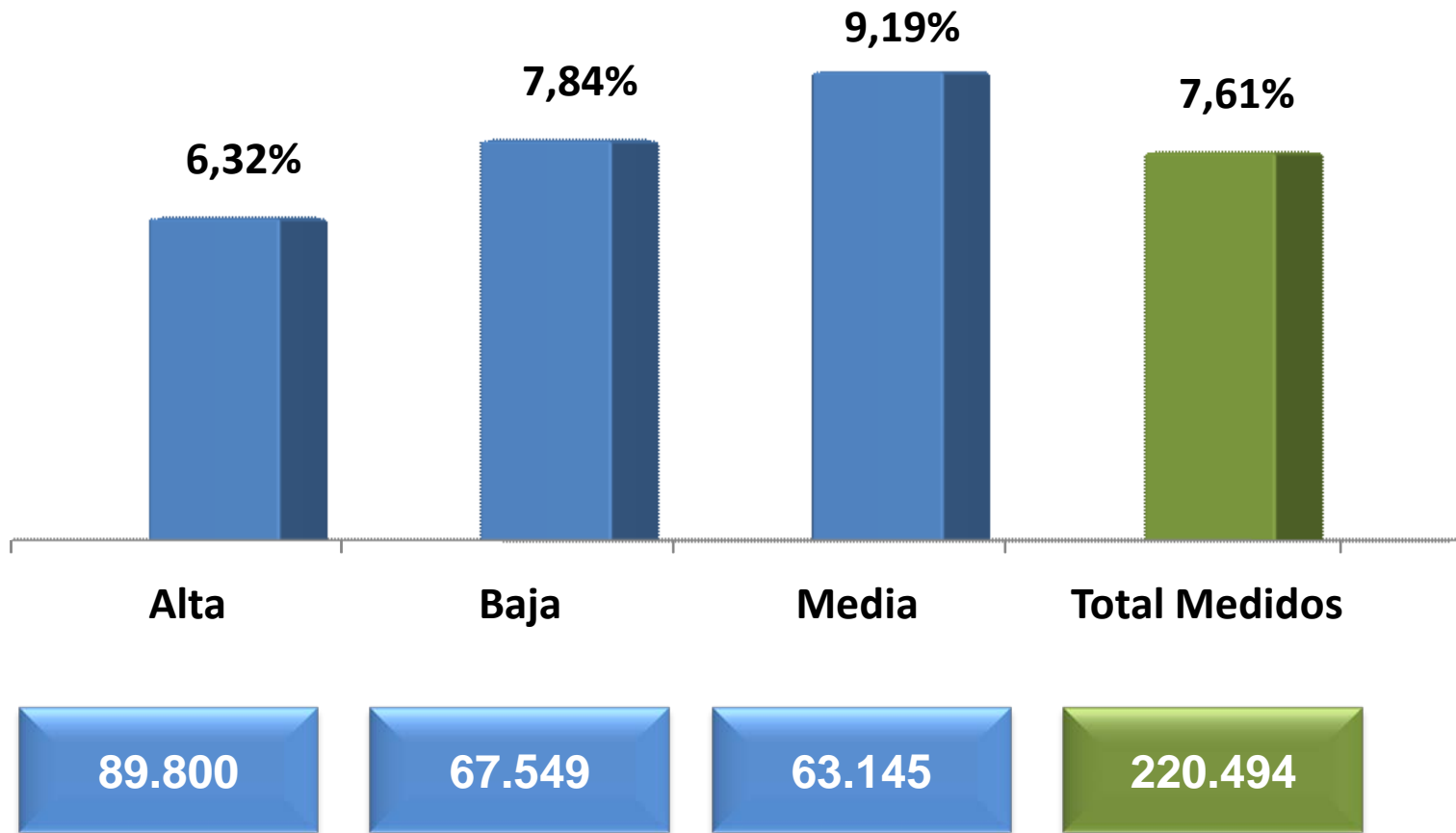
Por Zona Geográfica

Mediciones General

FMG
7.61%

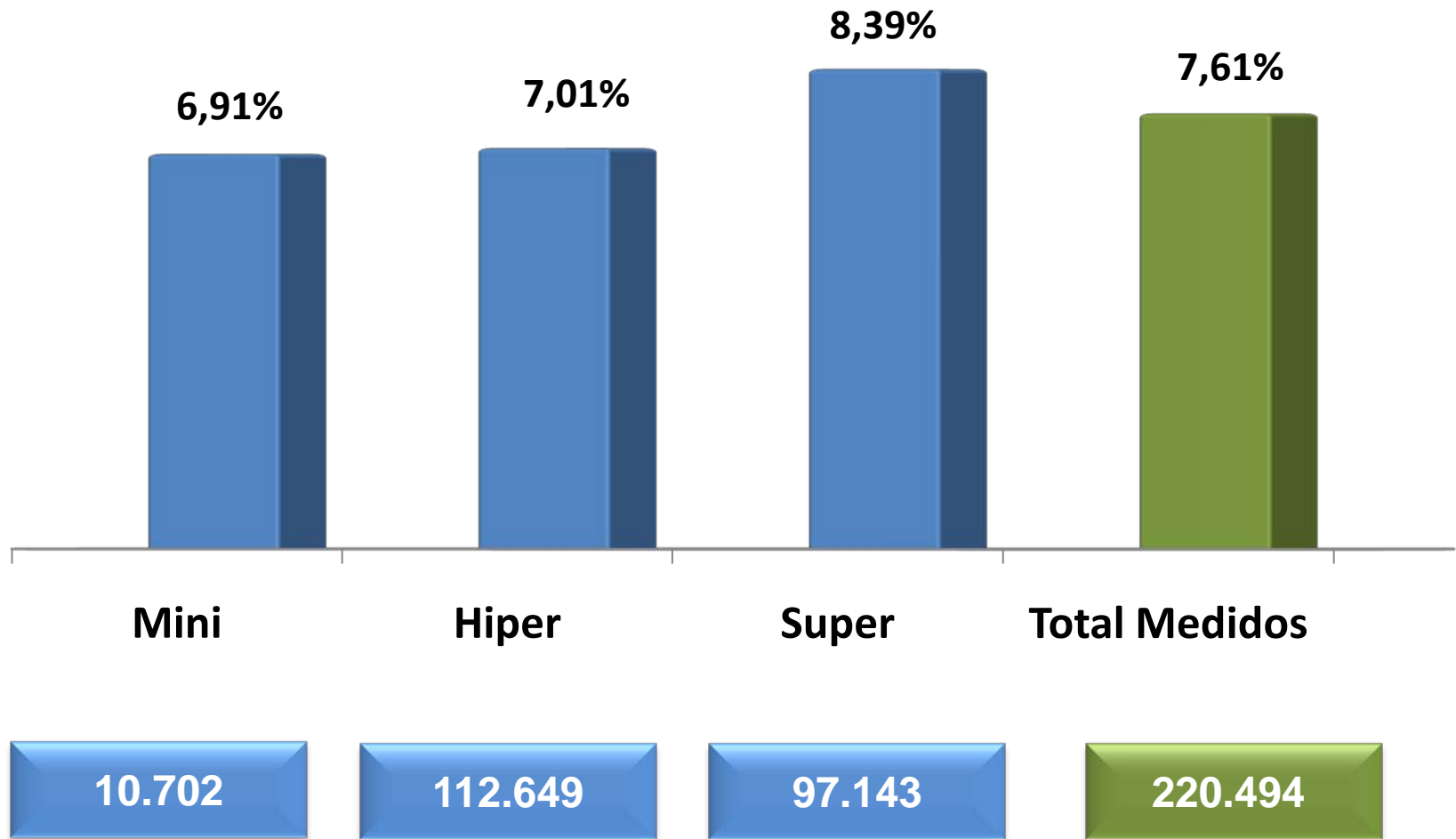


Por Rotación



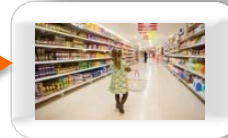
Por Tamaño

Mediciones General



Por Tipo de Entrega

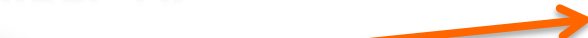
CENTRALIZADA



7.88%

179.266

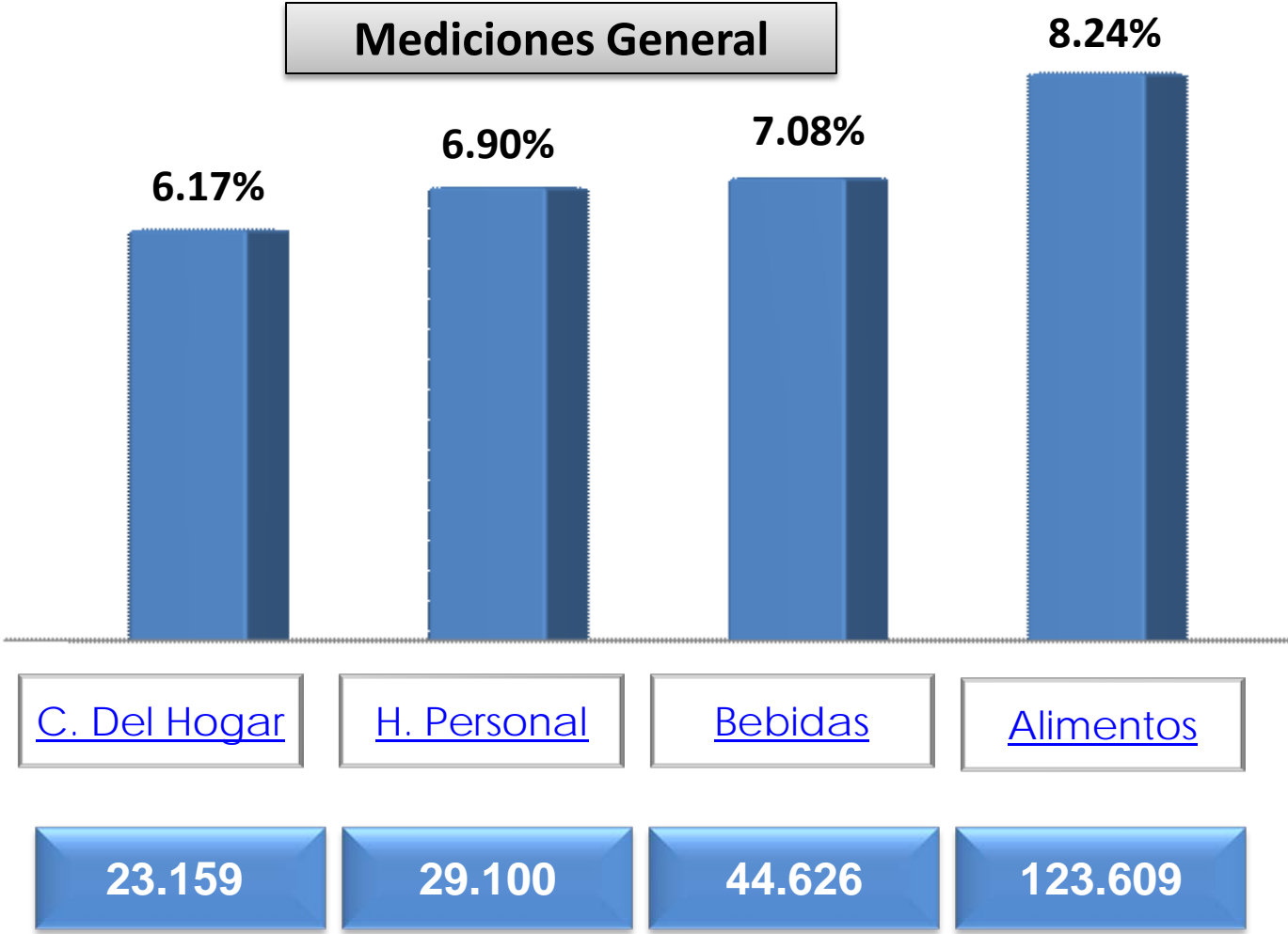
DIRECTA



6.42%

41.228

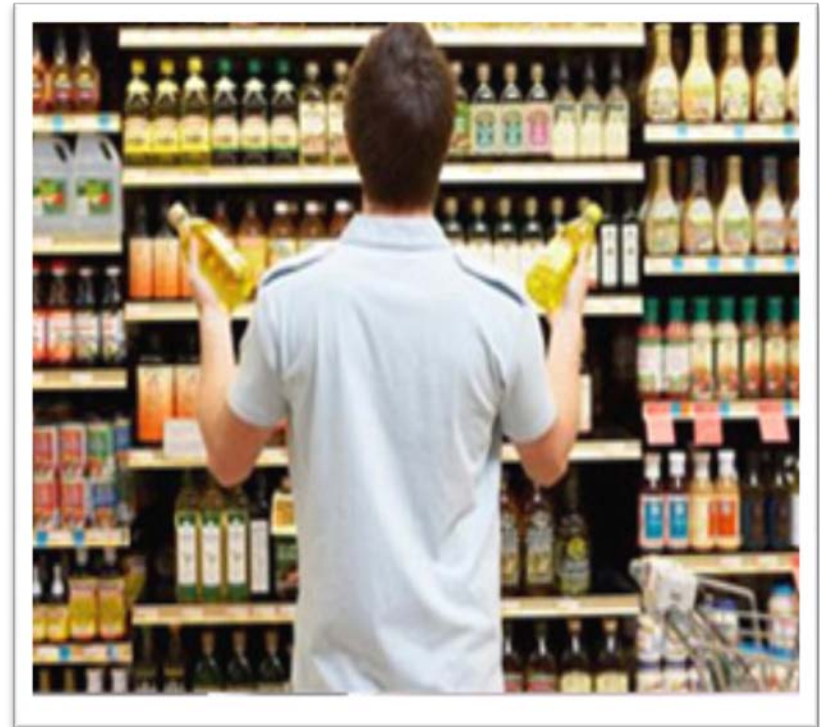
Por Familia de Productos



Motivos

¿Quiénes son los responsables de los espacios vacíos en la góndola?

¿Por qué razón el producto no llega al consumidor?



Apertura por motivos



Peso por motivos	2010
El Proveedor no se ha presentado a entregar el Producto	31.10%
El Local No realizo ajustes de Inventario	20.66%
Mercadería no repuesta en góndola	20.07%
Producto no trabajado en el Local	6.59%
El CD no entrego el Producto	0.11%
Otras	11.55%

Existe un 9.93 % de faltantes registrados los fines de semana (Sábados y Domingos), donde por definición del modelo, no se determinan los causales correspondientes.

Apertura por motivos proveedor

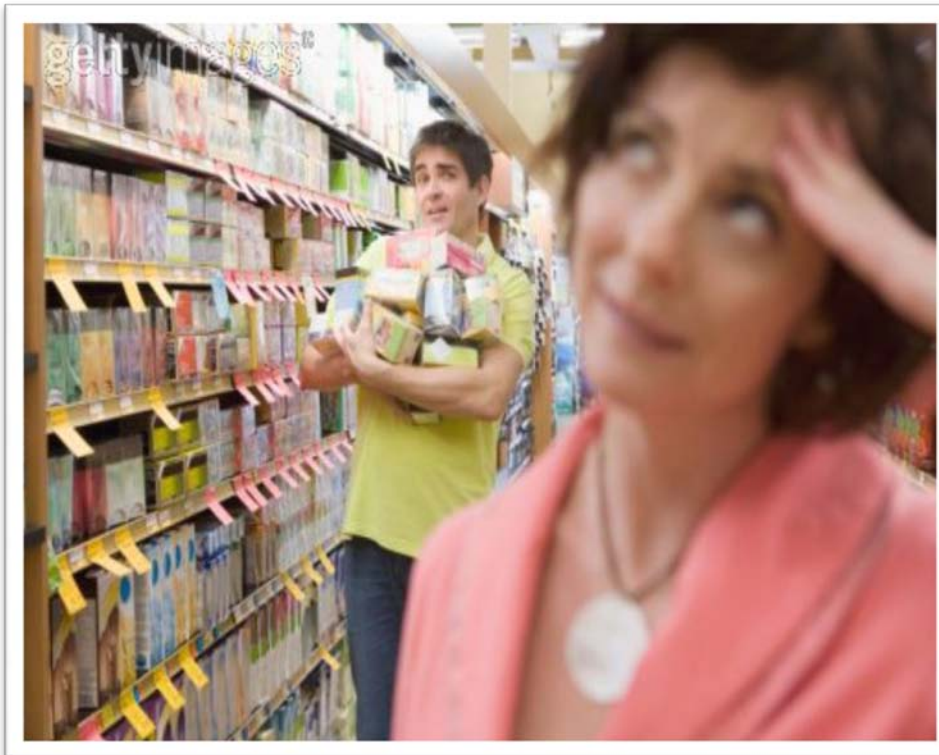
	Peso por motivos	2010
Proveedor	El Producto no fue entregado por falta de stock	24.63%
	Producto no entregado por otros problemas	3.41%
Cadenas	El Producto ya fue entregado	34.30%
	El Producto no fue pedido por la cadena	28.25%
Ambos	El Producto no fue entregado por estar Discontinuado	5.33
	El Producto fue rechazado por Problemas de Alineación Datos	0.60%

Encuestas a consumidores

Encuestas compuestas por 14 preguntas

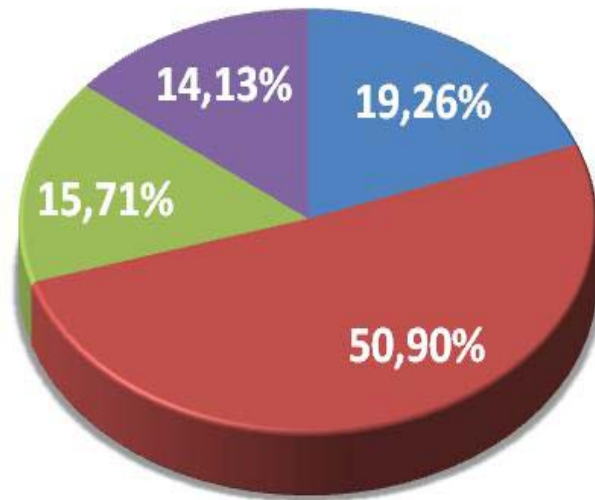
Desarrolladas dentro de los locales participantes

Cruzadas por categorías



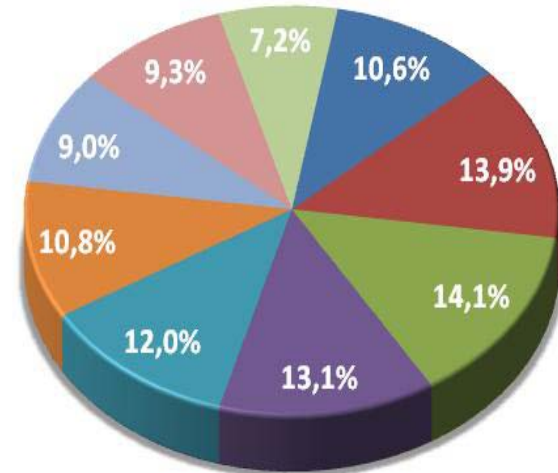
Encuestas a consumidores

¿Dónde realiza sus compras?



■ Unicamente en éste lugar ■ Mayoritariamente en este lugar
■ Ocasionalmente en este lugar ■ En cualquier lugar

¿Cuáles son las variables mas importantes de un Supermercado?

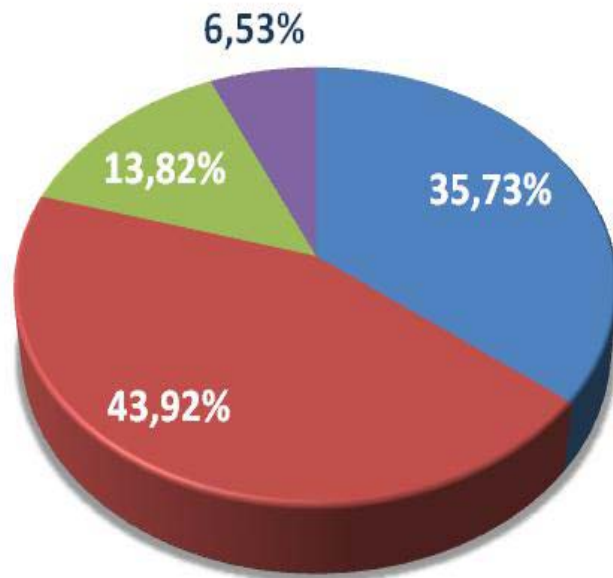


■ Disponibilidad ■ Variedad de Productos ■ Precios bajos
■ Promociones ■ ubicación ■ Servicio al cliente
■ Filas mas cortas ■ Orden y limpieza ■ Reconocimiento

Total Encuestas
2.222

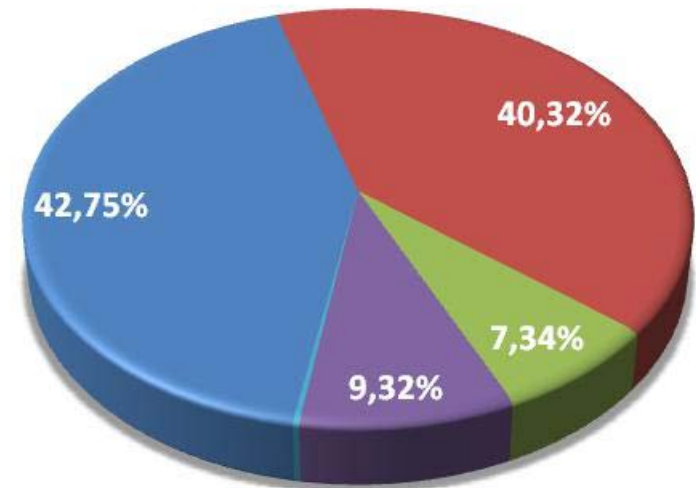
Encuestas a consumidores

¿Con cuál de las siguientes frases se siente identificado cuando no encuentra un producto ?



■ Compra otra presentación ■ Compra otra marca/producto
■ No compra ese día ■ Va a otro negocio

¿Cómo considera el abastecimiento del local?



■ Bueno ■ Muy Bueno ■ Excelente ■ Regular ■ Malo

Total Encuestas
2.222



Muchas Gracias!



Tu plataforma para los negocios