

Comité de Estudios Retail Latam

GS1 Latinoamérica
Octubre 2017





Estudio FMG de GS1

The Global Language of Business

Herramienta clave para detectar oportunidades, lograr mejoras en Ventas y en Servicio al Cliente

En Latinoamérica se realiza el **Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndola** con un mismo objetivo: **mejorar las ventas y el servicio al cliente.**

El Estudio **FMG** es la herramienta que permite, además de conocer **el nivel de quiebres de góndola**, obtener en profundidad información sobre **las causas que originan cada uno de esos faltantes.**

Se constituye así en una herramienta fundamental que genera **indicadores de mejora en los procesos de la cadena de abastecimiento**, fortalece la comunicación entre los socios comerciales y como resultado se obtiene la satisfacción del consumidor final.

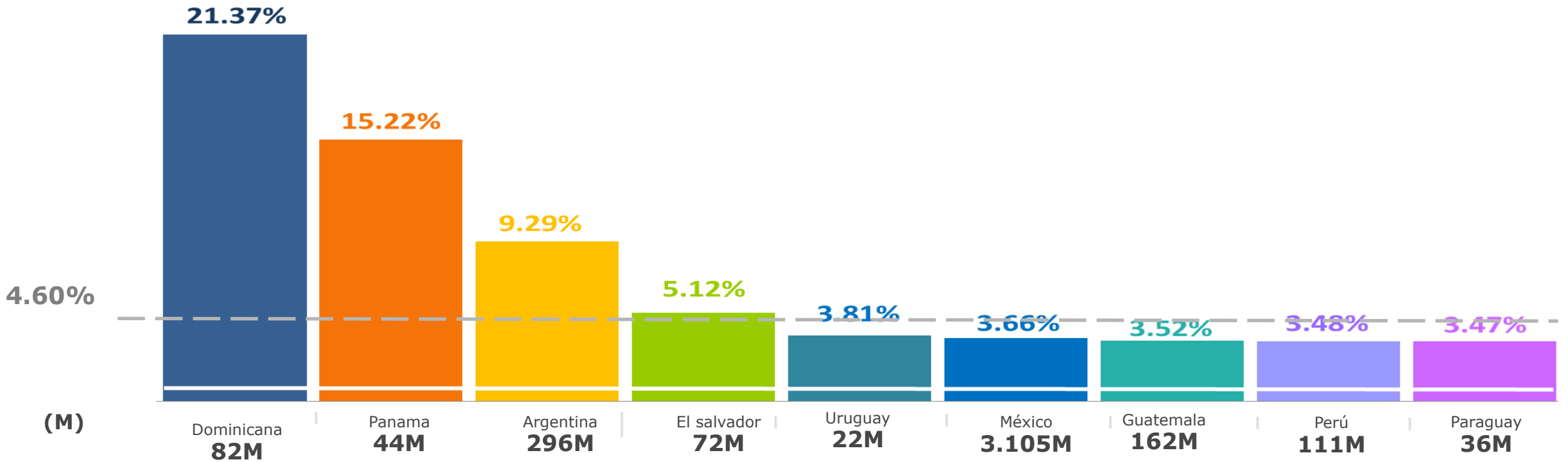
Desde hace 10 años GS1 realiza el Estudio FMG en Latinoamérica con una metodología homologada. Esto nos permite tener un **Benchmarking Regional** y poder brindar a los participantes **información comparable** para la toma de decisiones.

En el informe se encuentra el índice general del faltante y algunas variables como faltantes por categoría de productos, formato de tienda, responsabilidad y causas que los generan.

Adicionalmente también se comparan los resultados de las encuestas realizadas a compradores de los diferentes países participantes en el piso de venta.

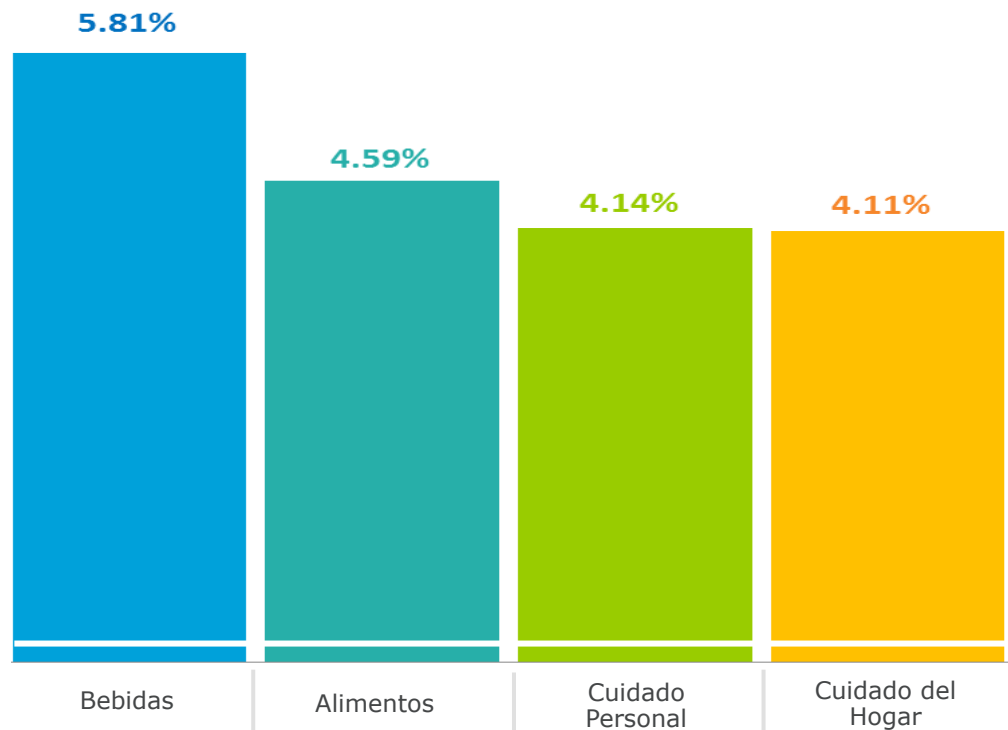
Cuadro 2: Benchmarking LATAM

The Global Language of Business

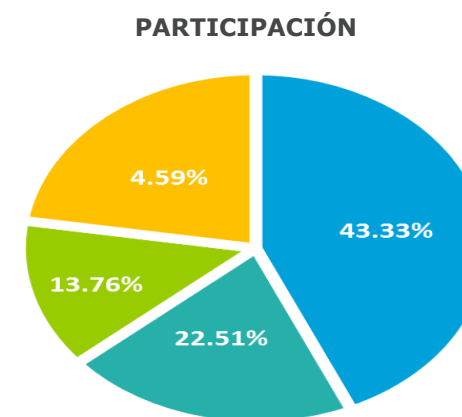


Cuadro 4: FMG por Categoría

The Global Language of Business

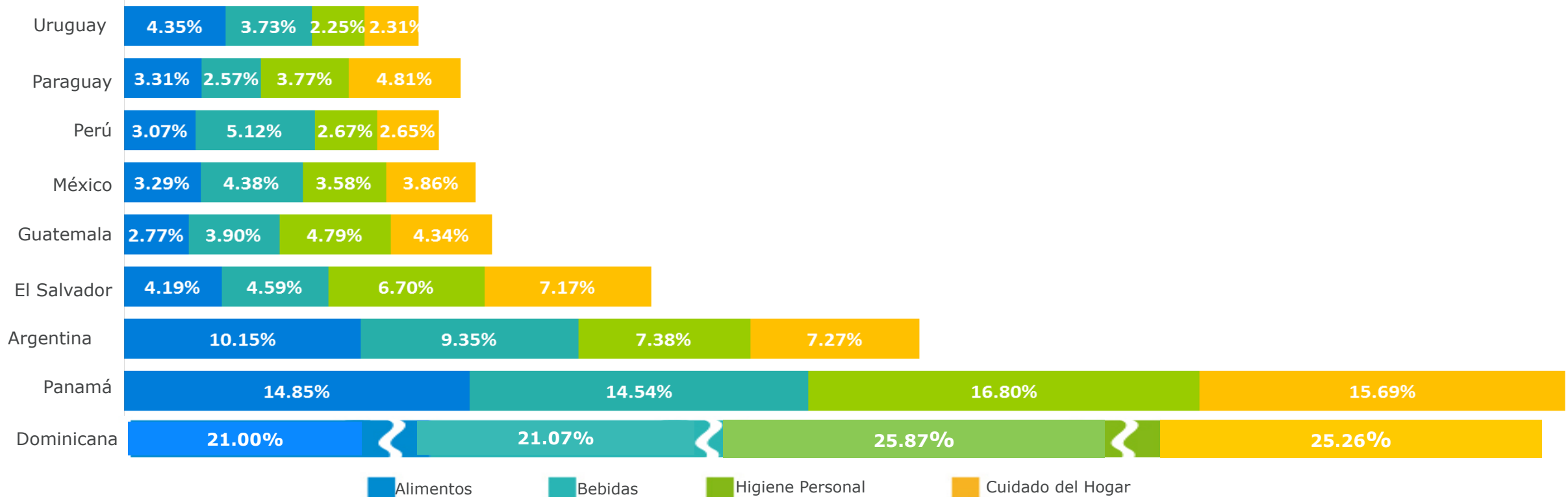


CATEGORIA	MEDIDOS
BEBIDAS	635,186
ALIMENTOS	1 ' 708,602
CUIDADO PERSONAL	601,690
CUIDADO DEL HOGAR	990,799
TOTAL	3 ' 936,280



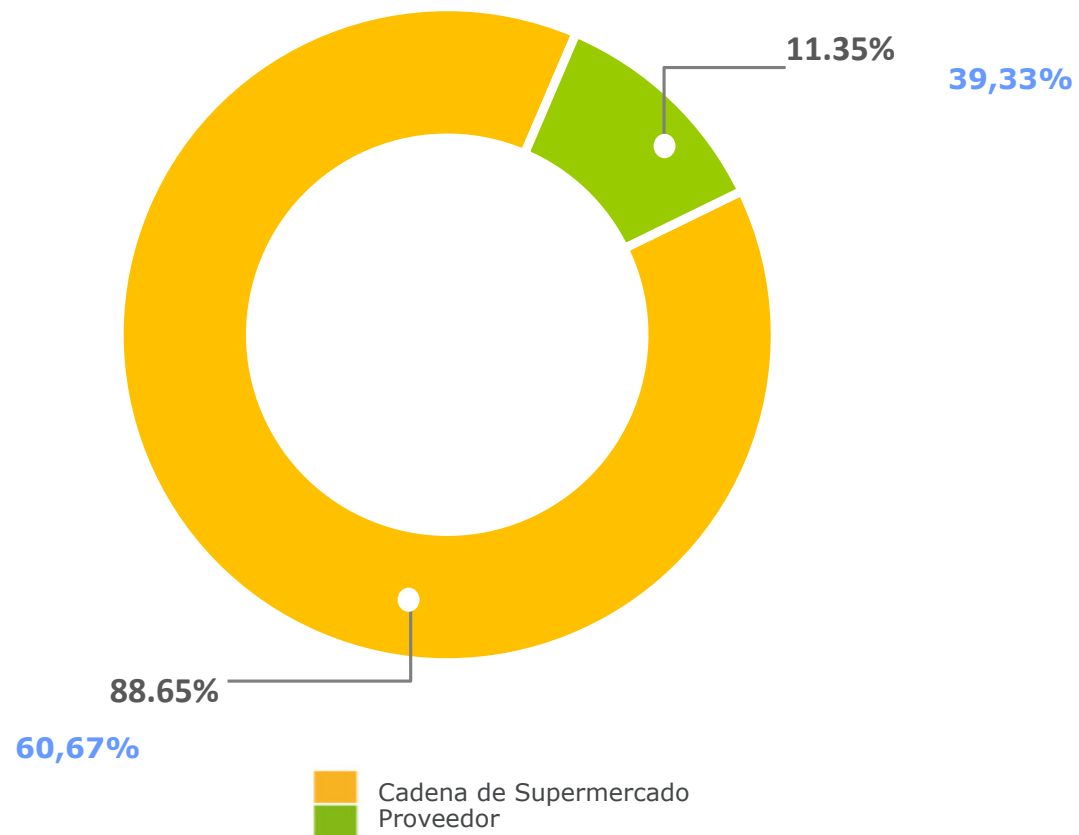
Cuadro 5: FMG por categoría por país

The Global Language of Business



Cuadro 8: FMG por Responsabilidad

The Global Language of Business

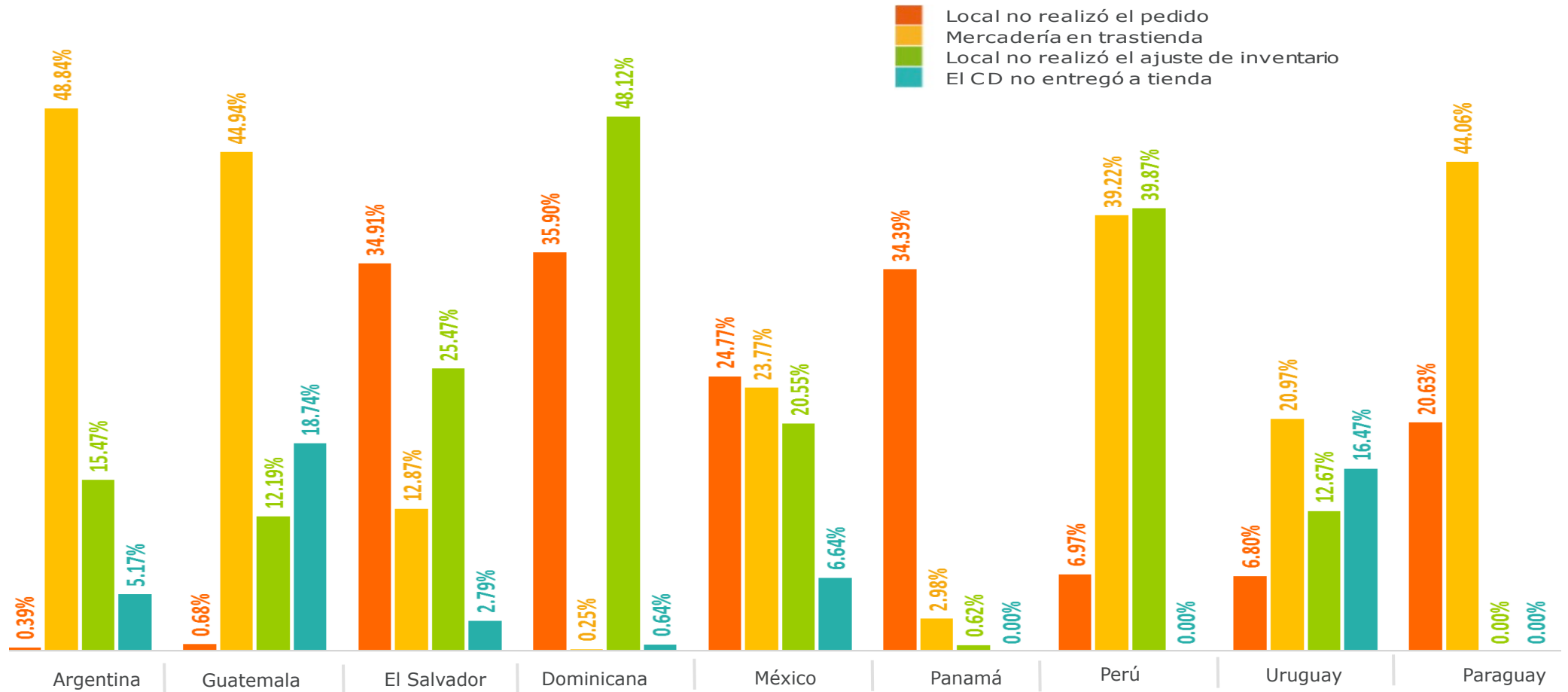


Datos 2016



Cuadro 11: Principales causas por país

The Global Language of Business



Nota: Sólo se muestran los países con respuestas comparables