



# AGOTADOS DE MERCANCÍA EN GÓNDOLA

## Satisfacción al Consumidor en Latinoamérica

Leonardo Vitolo

Septiembre 21, 2006

Bogotá D.C. – CECRAI 2006

The global language of business

[www.gs1.org](http://www.gs1.org)



## Principios y Conceptos Básicos

- ECR..... Respuesta Eficiente al Consumidor!!!
- Un producto agotado en góndola es aquel que no puede ser localizado por el consumidor en el lugar habitual de exhibición dentro del punto de venta o que no se encuentra en condiciones para ser vendido al consumidor.





# Metodología



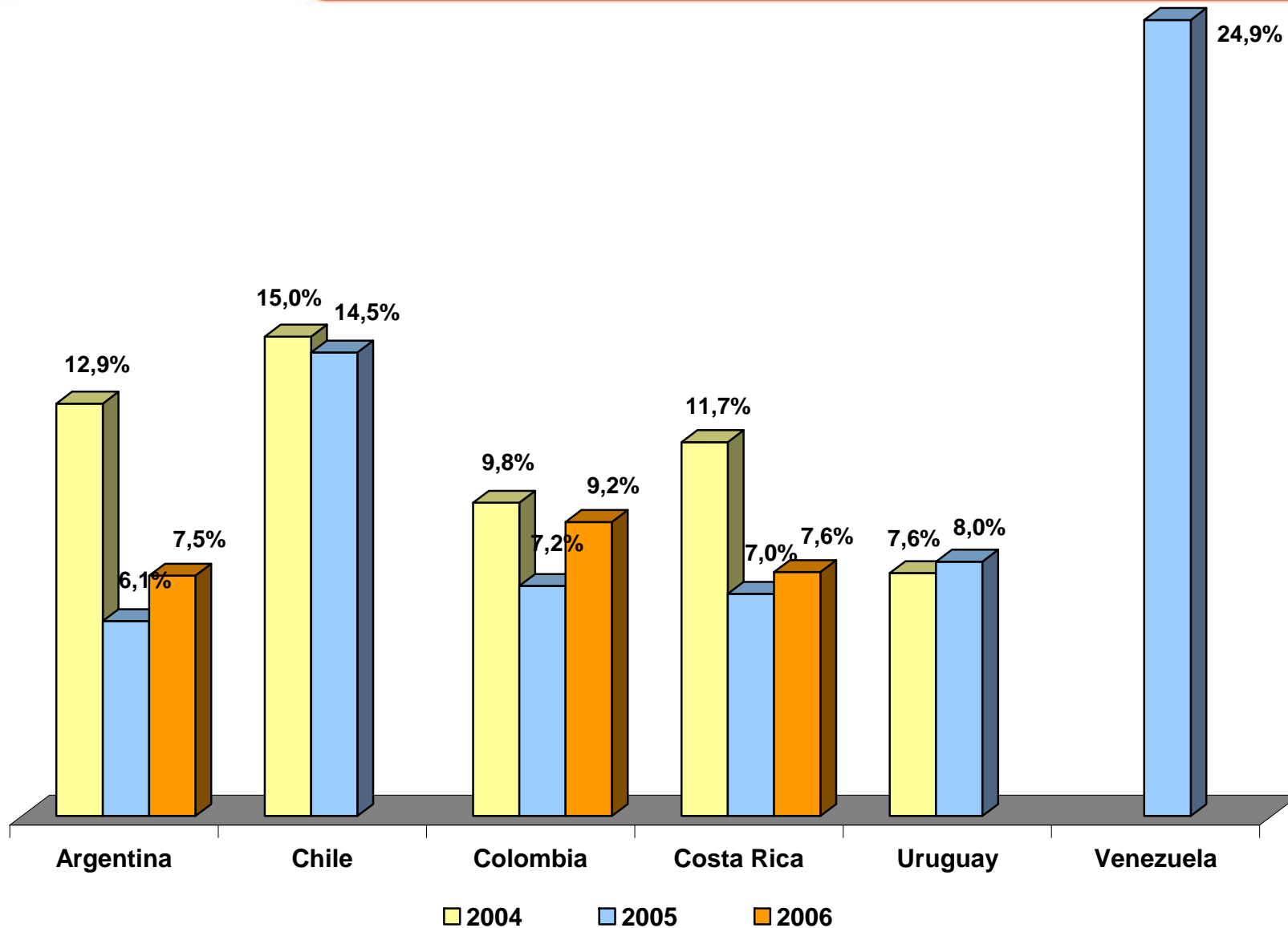


## ¿Dónde está presente la iniciativa?

País	Alcance	SKUs	Frecuencia
Argentina	13 cadenas de supermercado 220 puntos de venta	68.423	1
Colombia	8 cadenas de supermercado; 69 puntos de venta 140 autoservicios independientes 20.000 tienda tradicionales	5.348	3
Costa Rica	3 cadenas de supermercado 15 puntos de venta	3.822	1
Chile	9 cadenas de supermercado 157 puntos de venta	ND	1
El Salvador	2 cadenas de supermercado 14 puntos de venta	365	1
Guatemala	2 cadenas de supermercado 40 puntos de venta	+1.000	1
México	6 cadenas de supermercado 13 puntos de venta	ND	1
Uruguay	38 puntos de venta	500	1
Venezuela	59 cadenas de supermercado y droguerías 206 puntos de venta	1.200	1



## ¿Cómo estamos en el indicador de Agotados?





## Causales de los Agotados en Góndola

- Góndola no Abastecida
- Producto ubicado en lugar distinto de exhibición
- Inexactitud en el inventario
- Producto no solicitado por el PV
- Pedido insuficiente
- CD no entregó el pedido oportunamente al PV
- Proveedor no entregó el producto
- Producto no matriculado





## Causales de los Agotados en Góndola (%)

	Argentina	Chile	Colombia	Costa Rica
Góndola no Abastecida	18,4	29	12,4	2,6
Producto ubicado en lugar distinto de exhibición	4,7	-	-	0,1
Inexactitud en el inventario	6,6	-	4,7	-
Producto no solicitado por el PV	6,1	7	5,9	5,2
Pedido insuficiente	-	-	28,2	29,2
CD no entregó el pedido oportunamente al PV	10,8	-	13,1	11,6
Proveedor no entregó el producto	36,4	22	15,7	44,9
Producto no discontinuado/borrado	1,4	-	15,2	6,0
Otras	15,6	42	4,8	0,4



## Estudio de la Percepción del Consumidor

- Garantizar menos agotados para el consumidor es una de las 4 variables más importantes de satisfacción
- Probabilidad de que un agotado genere ventas perdidas para el comerciante o el proveedor depende de:
  - Compra otra presentación
  - Compra otra marca
  - Compra un sustituto
  - Va a otro supermercado
  - Aplaza la compra para otro día
  - No compra el producto





# VENTAS PERDIDAS



5%

3%





## Conclusiones

- Aceptación: Cuando existen agotados en góndola toda la red de valor pierde!!!
- Hacer seguimiento a los agotados facilita la **cultura orientada al consumidor**
- Muchas de las oportunidades están en el trabajo conjunto entre proveedores y comerciantes
  - Alineación de bases de datos
  - Planeación conjunta de la demanda
  - Compartir información de calidad (ventas e inventarios)
  - Afinar la operación comercial y logística basada en la demanda





## Contacto

Leonardo Vitolo

Director de Logística

D +57 (1) 425 4701

F +57 (1) 425 4710

E [lvitolo@gs1co.org](mailto:lvitolo@gs1co.org)

Av. El Dorado No. 70-16

GS1 Colombia - LOGyCA

T +57 (1) 427 0999

F +57 (1) 425 4701

E [agotados@gs1co.org](mailto:agotados@gs1co.org)

W [www.gs1co.org](http://www.gs1co.org)

The global language of business

[www.gs1.org](http://www.gs1.org)