



# GS1 Venezuela: Inició el estudio de Productos Faltantes en Anaquel

Caracas, Venezuela, 05/04/2005

Como respuesta a las necesidades de desarrollo del sector industrial y comercial surge el primer estudio de Faltantes en Anaquel en Venezuela, liderizado por GS1 Venezuela, con el apoyo de los miembros del Consejo Consultivo ECR, para el Sector Consumo Masivo, el cual será llevado a cabo por la empresa Datos i.r.

Los parámetros de este estudio y la metodología a seguir fueron avaladas por el Comité de Faltantes de Anaquel, constituido el 8 de marzo del año en curso, el cual está conformado por las siguientes empresas:

• Unilever	• Gillette de Venezuela	• Colgate Palmolive
• Alfonso Rivas	• Central Madeirense	• Farmatodo
• Cargill	• Makro	• Empresas Polar
• Unicasa	• Procter & Gamble	• Automercados Plazas
• Cativen	• Excelsior Gama	• GS1 Venezuela

Este Comité se encargó de analizar y validar la propuesta metodológica del estudio, diseñada por la mesa de trabajo de GS1 Venezuela y la empresa consultora Datos i.r. El enfoque de esta evaluación se basó en los parámetros a seguir en los puntos de ventas, las categorías y productos a ser medidos de acuerdo a las ventas, niveles de rotación y la facilidad para los procesos de toma de información. De esta forma se asegura que el estudio cumpla con las expectativas de los participantes.

Una vez finalizada la medición, el Comité de Faltantes en Anaquel tendrá como tarea evaluar la metodología utilizada a los fines de optimizar los próximos estudios y de trabajar en los planes de acción para reducir el índice de faltantes que arroje esta investigación.

Las principales características del estudio son:

- \* Se realizarán un total de 163 visitas en 81 establecimientos.
- \* Se medirán alrededor de 600 productos pertenecientes a 36 categorías.
- \* Se realizarán 1200 entrevistas en los puntos de venta para identificar el comportamiento del consumidor frente al Faltante.
- \* Se contará con la presencia de 67 fabricantes de productos y 16 detallistas.
- \* Se abarcará la zona Metropolitana de Caracas, dividida en tres regiones: Libertador, Baruta-EI Hatillo y Sucre-Chacao.

Con el estudio de Faltantes en Anaquel se busca realizar una radiografía de un área de oportunidad de la cual no escapa ningún país, al comprometer a los participantes en la generación

de planes de acción destinados a reducir las pérdidas en ventas provocadas por la falta de mercancía en anaquel en las cadenas de supermercados y autoservicio.

Los indicadores macros a medir son los siguientes:

- \* Porcentaje Promedio de Faltantes en Anaquel
- \* Determinación del Responsable del Faltante
- \* Determinación de las Causas del Faltante
- \* Comportamiento del Consumidor frente al Faltante
- \* Estimación de Pérdidas

Los participantes en este estudio podrán obtener un informe detallado el cual arrojará la siguiente información:

**\* Para el Fabricante**

- 1-. Ítems (% de Faltante en Cestas, en Categorías, del Fabricante, sus Productos, por tipo de Entrega)
- 2-. Canal (% de Faltante en Drugstore, en Supermercados: incluye Hipermercados y Cash & Carry)
- 3-. Geografía (% de Faltante en Libertador, Chacao/Sucre y Baruta/Hatillo)
- 4-. Tiempo (% de Faltante Diario, de Lunes/Viernes, en Sábado/Domingo, en Total semana)

**\* Para el Detallista**

- 1-. Ítems (% de Faltante en Cestas, en Categorías, en Entrega, en sus Tienda)
- 2-. Canal (% de Faltante en Drugstore, en Supermercados: incluye Hipermercados y Cash & Carry)
- 3-. Geografía (% de Faltante en Libertador, en Chacao/Sucre y Baruta/Hatillo)
- 4-. Tiempo (% de Faltante en Lunes/Viernes, en Sábado/Domingo, en Total semana)

Con los respectivos cruces de información, por ejemplo, la compañía fabricante podrá ver el faltante de su producto en el canal supermercados en las zonas y días contemplados en el estudio. Además de lo expuesto, se entregarán índices absolutos y porcentuales con el faltante general, con el faltante si el producto está o no incluido en un encarte, unido con los parámetros descritos anteriormente. Además se proporcionará una estimación de la pérdida de dinero al no encontrarse el producto en el anaquel.

Para GS1 Venezuela constituye un reto y un compromiso realizar este estudio de productos faltantes en anaqueles, que nos servirá para reiterarle a nuestros afiliados nuestro compromiso de trabajar en beneficio de la cadena de comercialización.

Para mayor información, puede contactar a:

Jose Luis Mejía, Gerente General de GS1 Venezuela, +58212-2377381,  
email: [jmejia@gs1ve.org](mailto:jmejia@gs1ve.org).

Alberto Delgado A., Gerente de Desarrollo de GS1 Venezuela, +58212-2377381,  
email: [gdesarrollo@gs1ve.org](mailto:gdesarrollo@gs1ve.org).