



# F M G

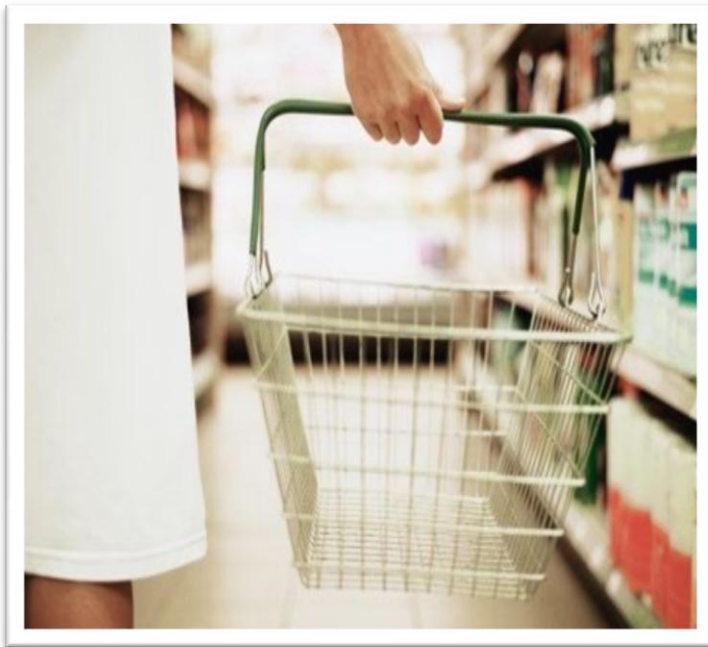
# Latinoamérica





# Definición

¿Qué es un FMG?



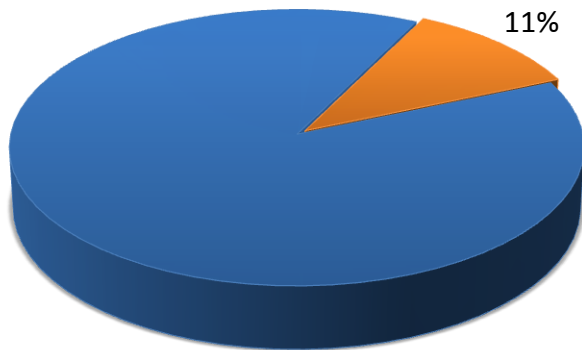
“Todo producto que no pueda ser localizado por el Consumidor final en su lugar habitual de exhibición en el salón de ventas”

**(Exhibición primaria)**



# Nivel del Faltante

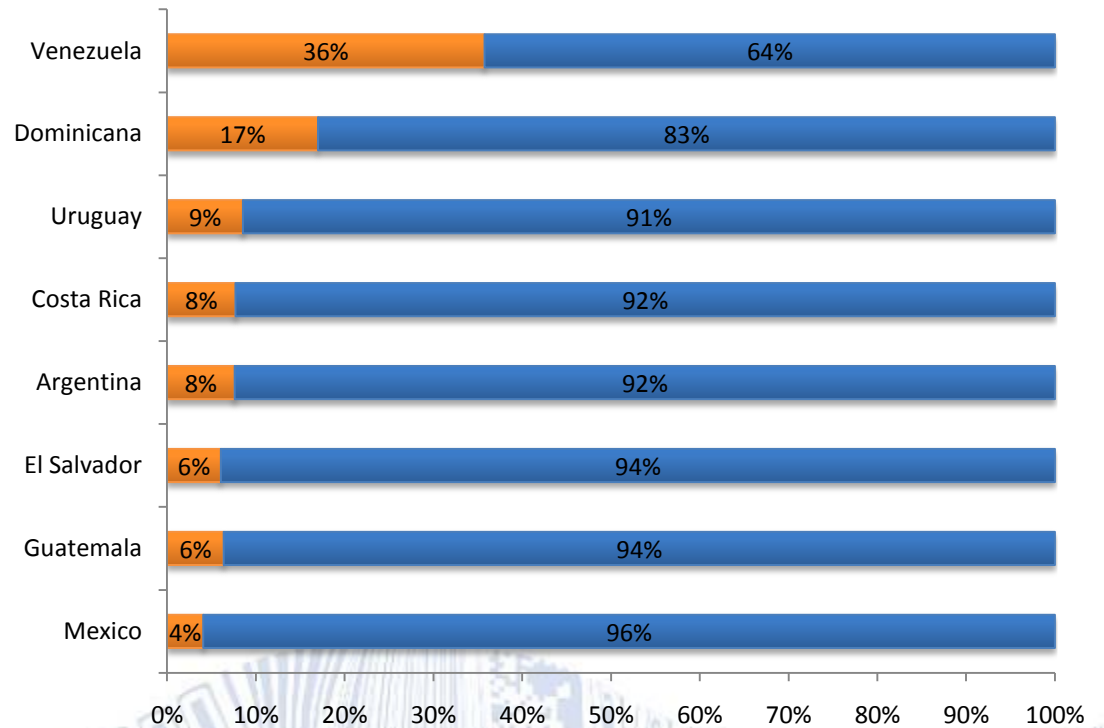
## Latinoamérica



■ % Disponibles

■ % Faltantes

## Benchmark



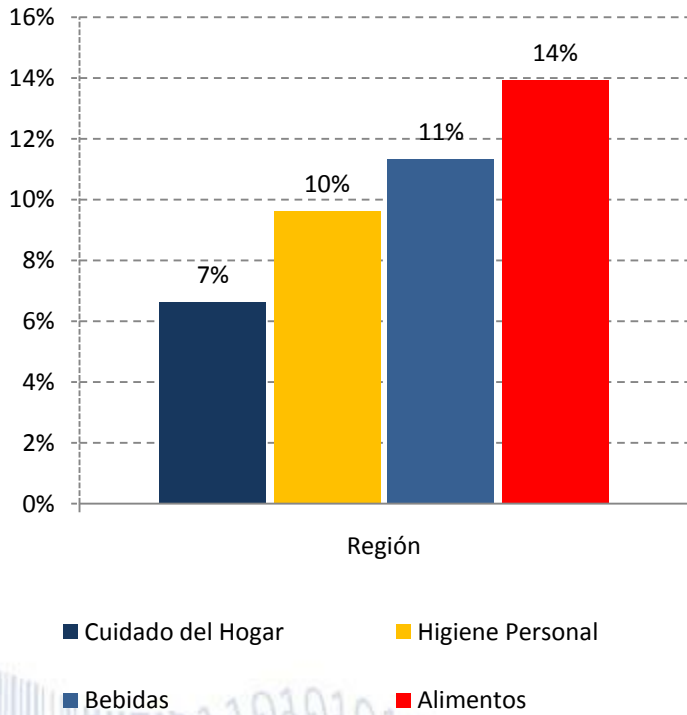
■ % Faltantes

■ % Disponibles

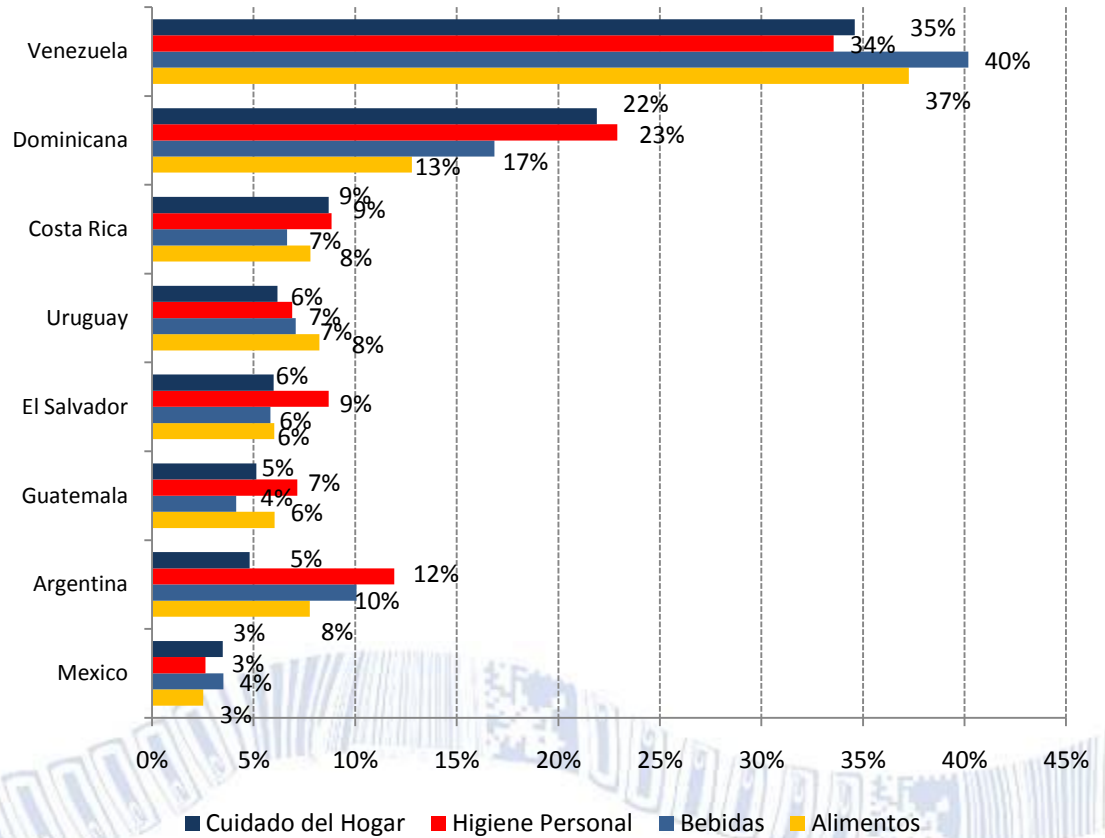


# Nivel de Faltante - Categoría

## Latinoamérica



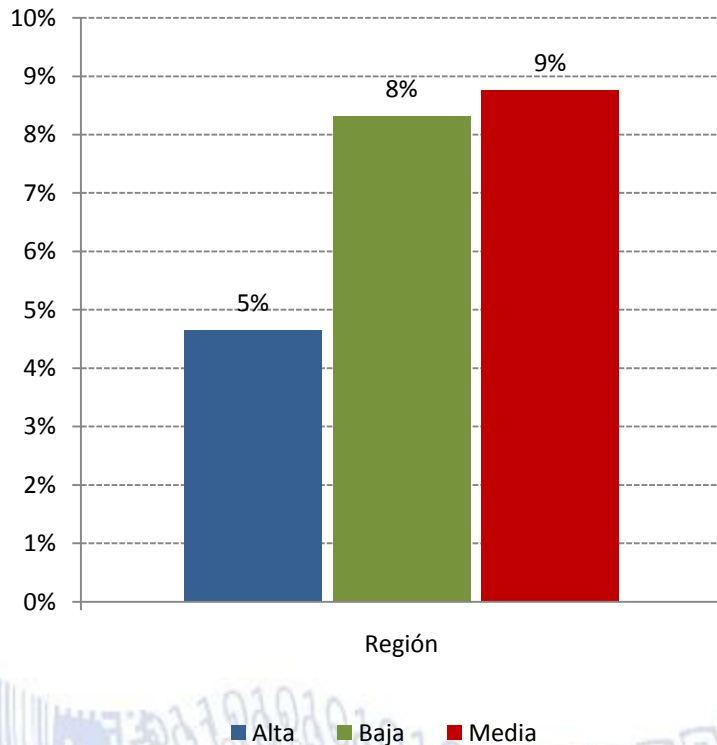
## Benchmark



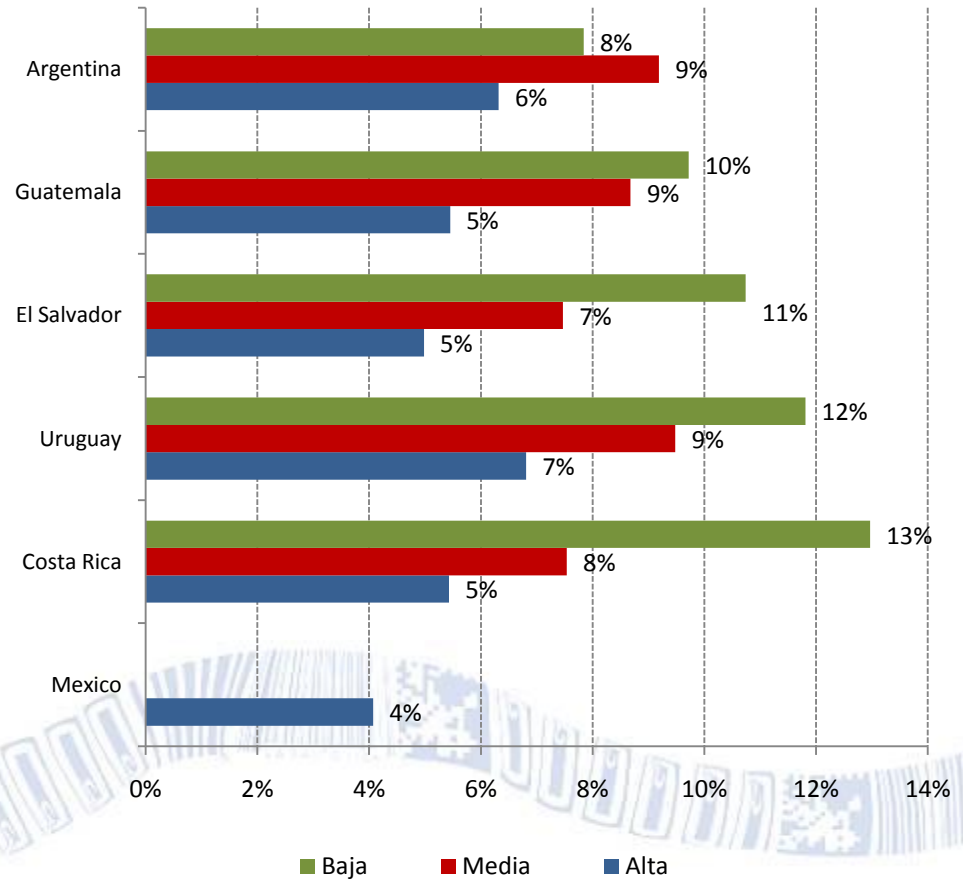


# Nivel de Faltante - Rotación

## Latinoamérica



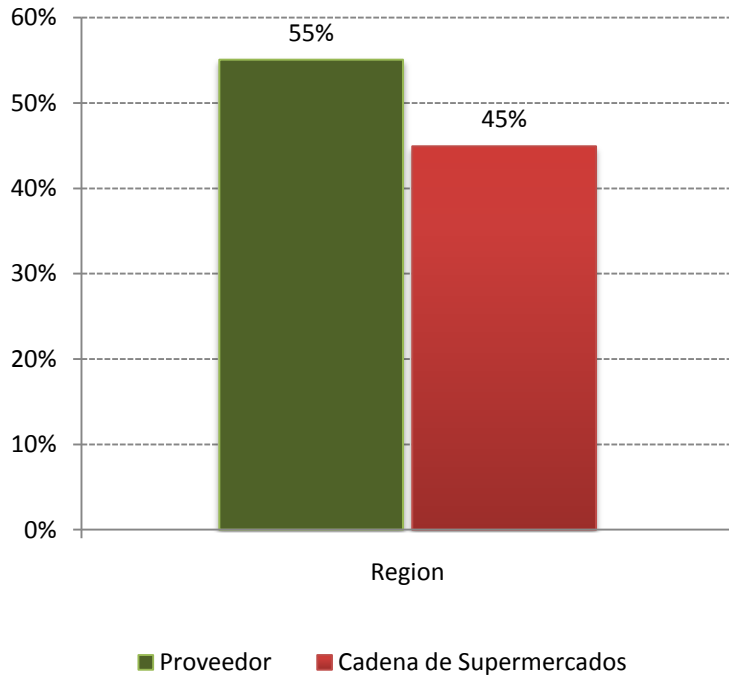
## Benchmark



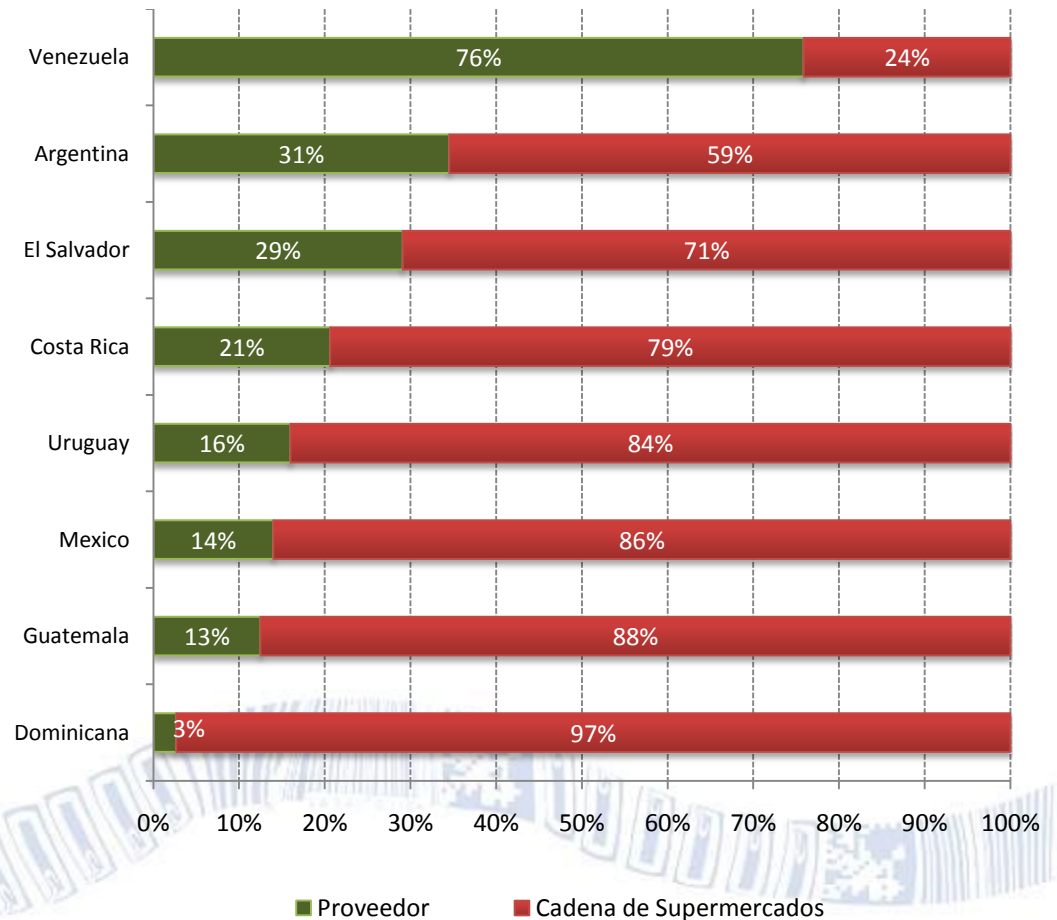


# Responsables del Faltante

## Latinoamérica



## Benchmark

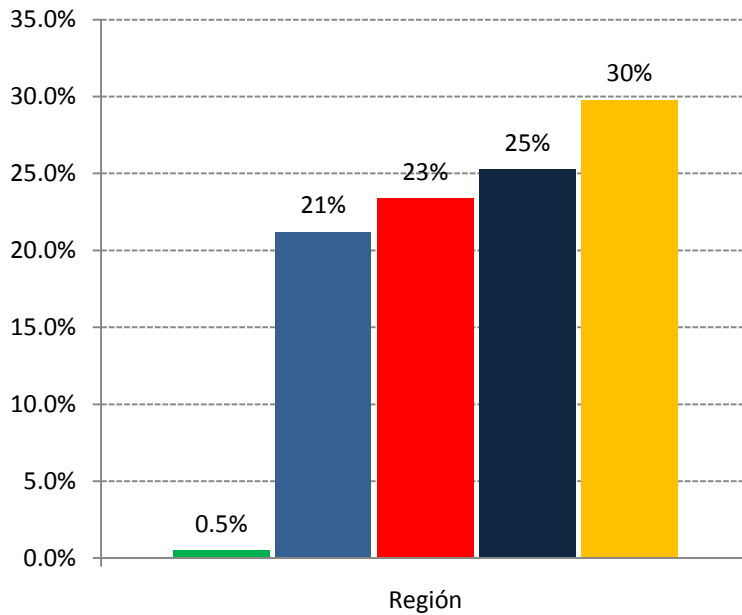






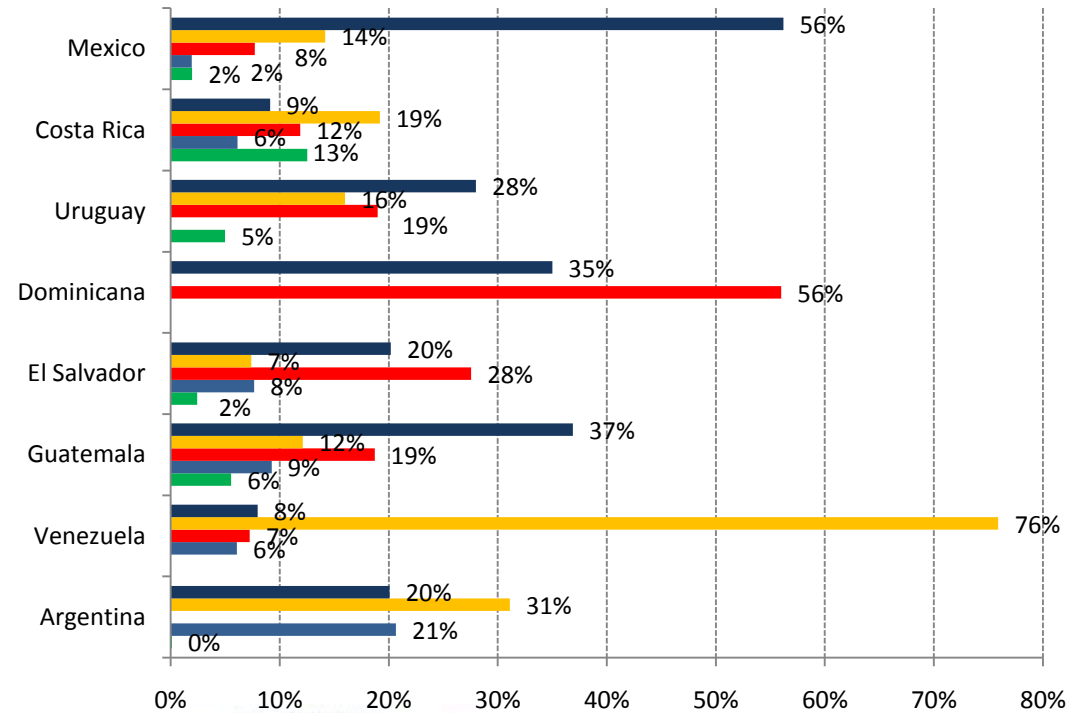
# Causas del Faltante

## Latinoamérica



- El CD no entregó el pedido a la tienda en tiempo y forma
- El local no realizó el correspondiente ajuste de inventario
- El local no realizó el pedido correspondiente
- Mercadería en la trastienda
- El proveedor no se ha presentado a entregar el producto en tiempo y forma

## Benchmark

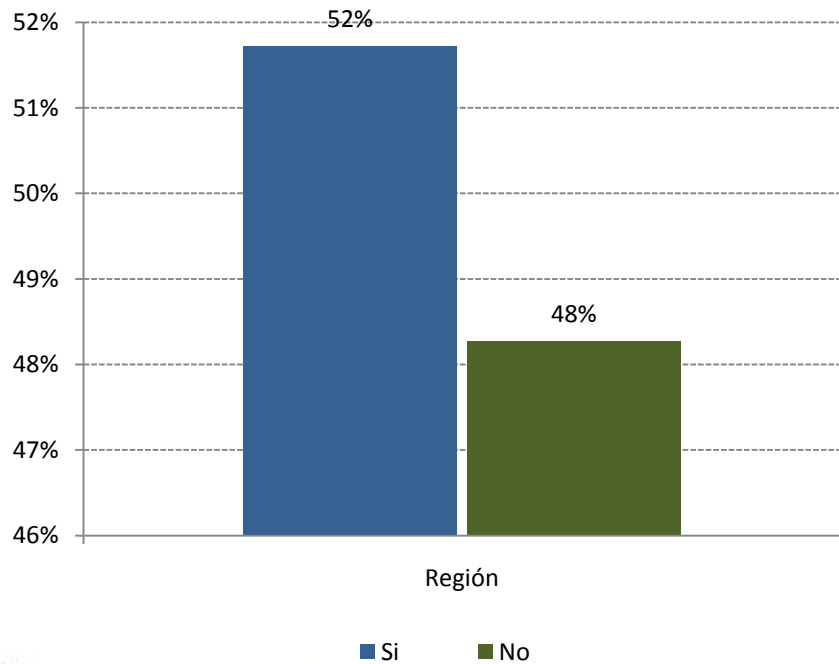


- Mercadería en la trastienda
- El proveedor no se ha presentado a entregar el producto en tiempo y forma
- El local no realizó el pedido correspondiente
- El local no realizó el correspondiente ajuste de inventario
- El CD no entregó el pedido a la tienda en tiempo y forma

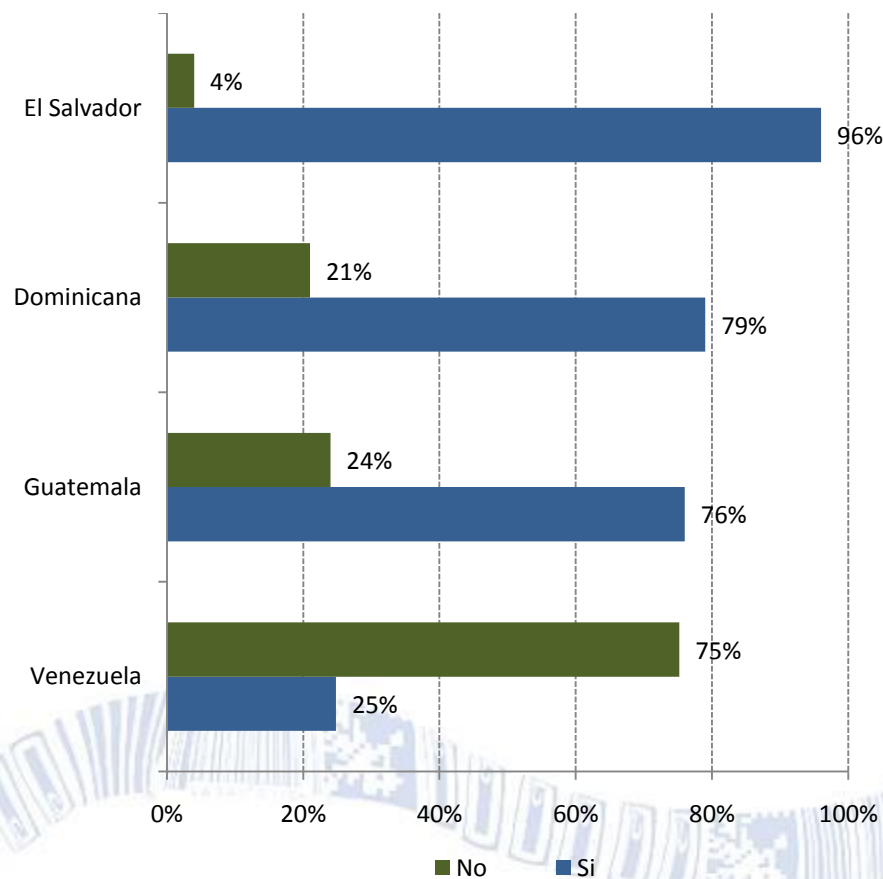


# Percepción del Consumidor – Encontró Todos los Productos que Buscaba?

## Latinoamérica



## Benchmark

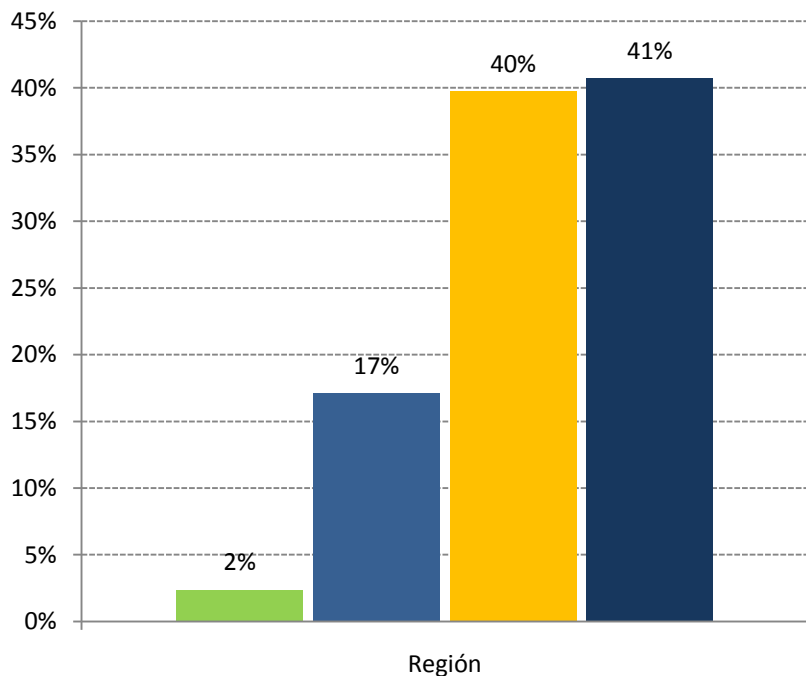






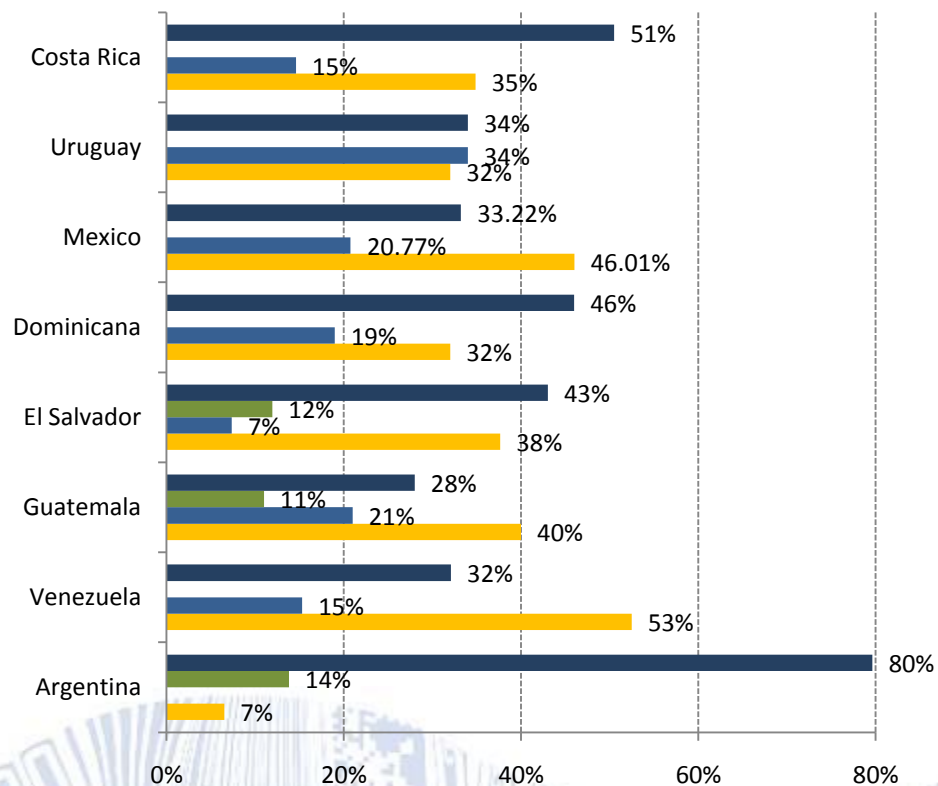
# Percepción del Consumidor – Qué Hace cuando no Encuentra Todos los Productos que Buscaba?

## Latinoamérica



■ Pospone la compra      ■ No compra  
■ Compra en otro Lugar      ■ Sustituye el producto

## Benchmark



■ Sustituye el producto      ■ Pospone la compra  
■ No compra      ■ Compra en otro Lugar



The global language  
of business

# [WWW.gs1.org](http://WWW.gs1.org) From Vision to Action

