

Metodología de Reducción de Faltante en Anaquel



Es un estudio adaptado a las necesidades del cliente, permite la evaluación de los procedimientos llevados a cabo en el punto de venta (Piso de venta y trastienda), en el ciclo comercial y en el análisis de orden y procesos (Planogramación), mediante la ejecución de mesas de trabajo que cuentan con la presencia de GS1 Venezuela como ente mediador, y la integración de las gerencias Comerciales, Logísticas y de Trade marketing del proveedor y detallista.

La finalidad de ejecutar mesas de trabajo, y que sean moderadas y conducidas por GS1 Venezuela, permite crear un ambiente de conversación y discusión sobre los temas de interés, a fin de detectar las áreas de oportunidad y proponer soluciones a corto plazo.

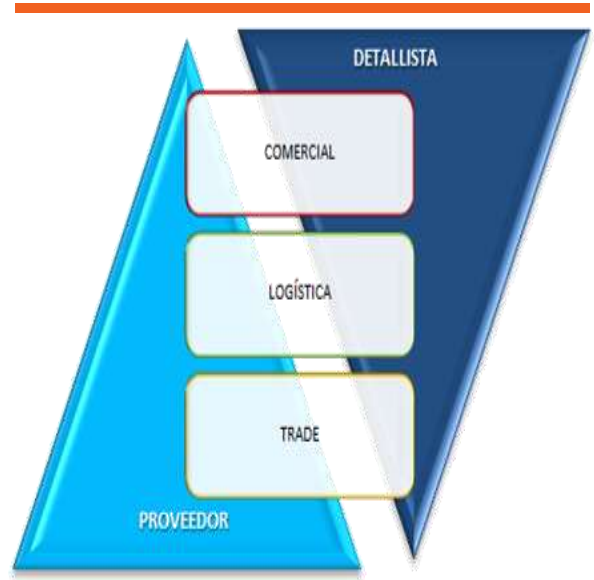
El principal objetivo de la aplicación de este tipo de metodología es la disminución del índice de faltante en anaquel, a fin de capitalizar ventas que por no tener disponibilidad del producto no se estaban percibiendo. Esta herramienta constituye una ventaja para los participantes, y es de interés para ambos.

Participantes:

- **Detallista-Comerciante**
- **Fabricante-Proveedor**
- **GS1 Venezuela**

Entre sus beneficios se consideran:

1. Ofrecer permanentemente los productos a los clientes garantizando su satisfacción de compra
2. Disminuir el índice de faltantes de un proveedor en un detallista determinado
3. Mejorar los programas de colaboración entre detallista y proveedor
4. Optimizar los recursos y los espacios en los puntos de ventas
5. Potenciar el mejoramiento continuo de las operaciones logísticas de los proveedores y los comerciantes.



Los cinco (5) pasos para mejorar la disponibilidad del producto en el anaquel son:

1. Medición de índice de faltante en anaquel, permitirá conocer el estatus actualizado de los productos que serán considerados para el estudio.
2. Creación del árbol de responsabilidades, tomando en cuenta que para lograr el éxito de las mesas de trabajo es fundamental contar con el compromiso y la colaboración de los representantes de las empresas.
3. Identificación de las causas críticas y oportunidades de mejoras en el proveedor y/o detallista.
4. Alineación estratégica de equipos.
5. Planes de mejores continuas.

La duración del estudio es de 3 a 4 meses y el alcance será definido por el cliente.