



**VISION &
MARKETING**
especialistas en punto de compra

GRUPO **Ohla**



INFORME DE GESTIÓN NESTLÉ PURINA

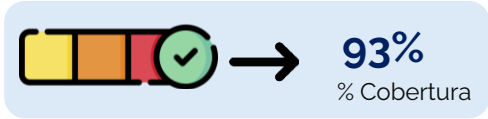
Julio 2025



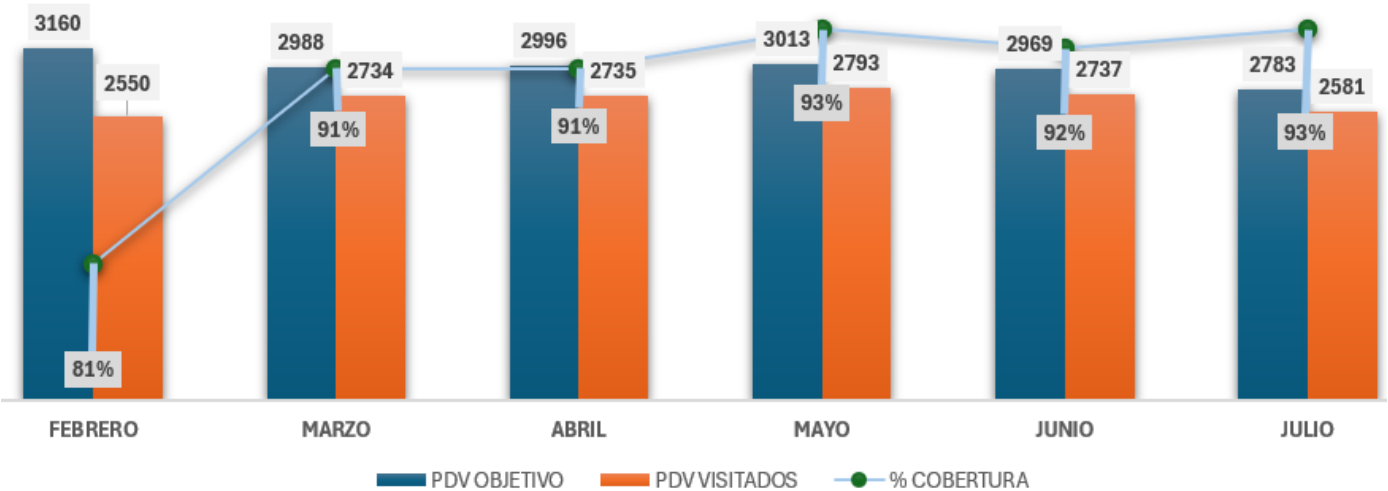
VISION & MARKETING
especialistas en punto de compra

Ohla

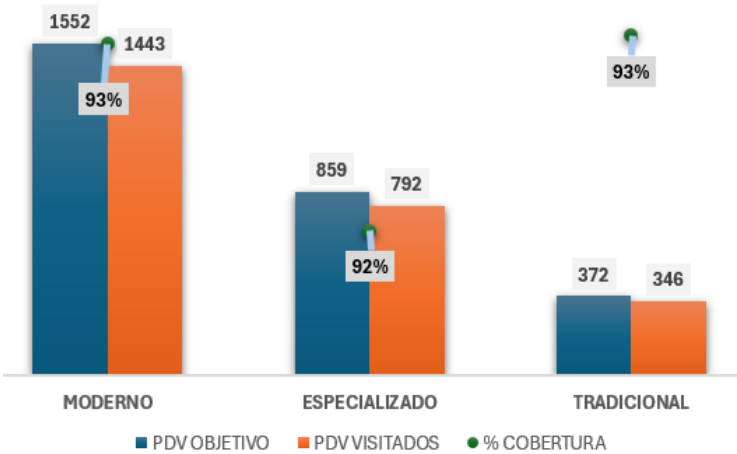
Cobertura Julio 2025



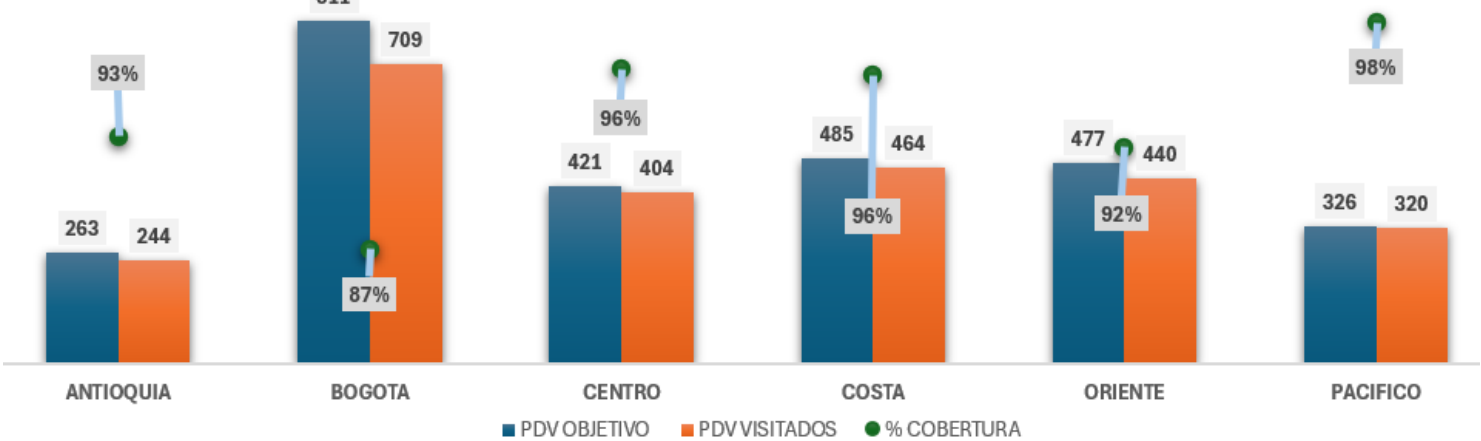
Tendencia cobertura Feb 2025-Julio 2025



% Cobertura por canal Julio 2025



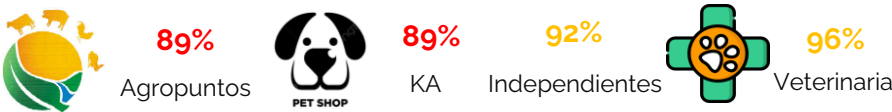
% Cobertura por regional Julio 2025



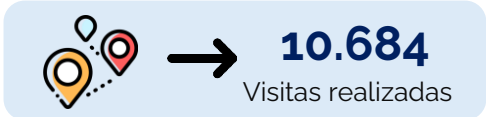
Las cadenas con menor % de cobertura son:



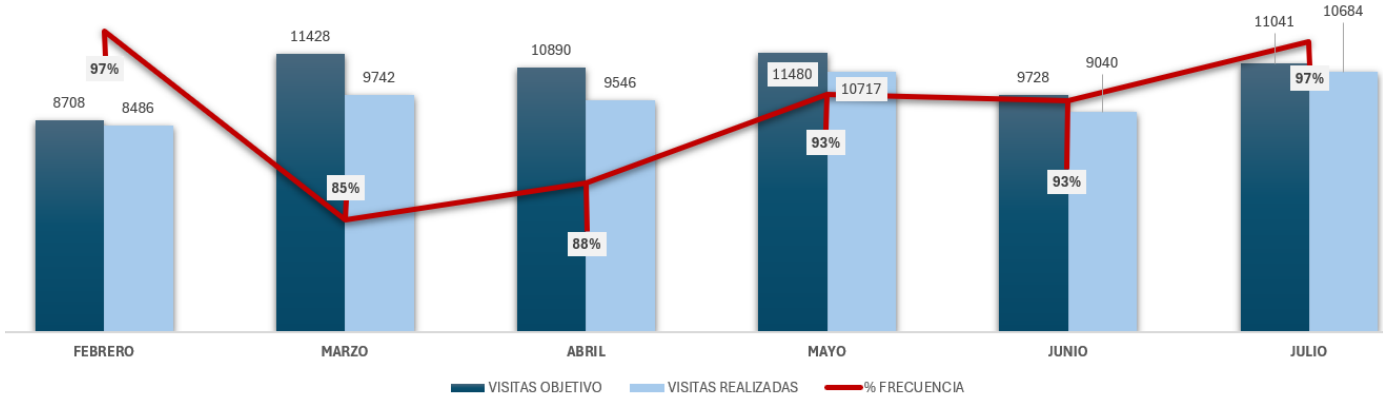
Los formatos especializados con menor % de cobertura son:



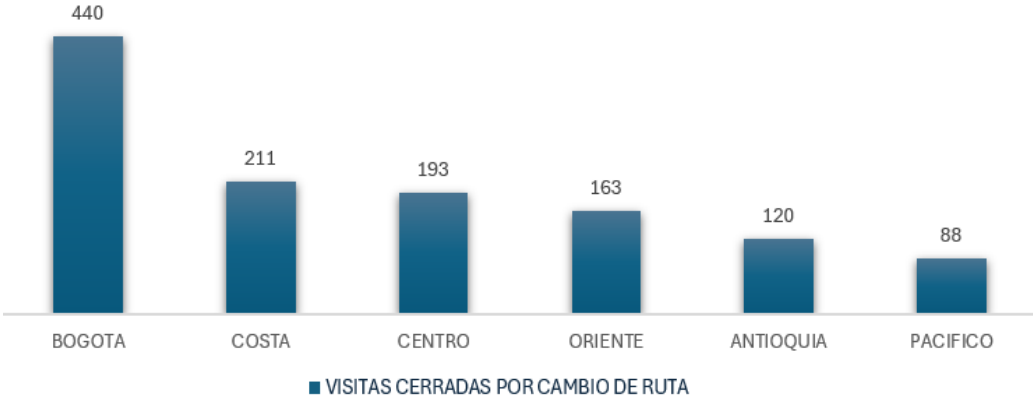
Frecuencia Julio 2025



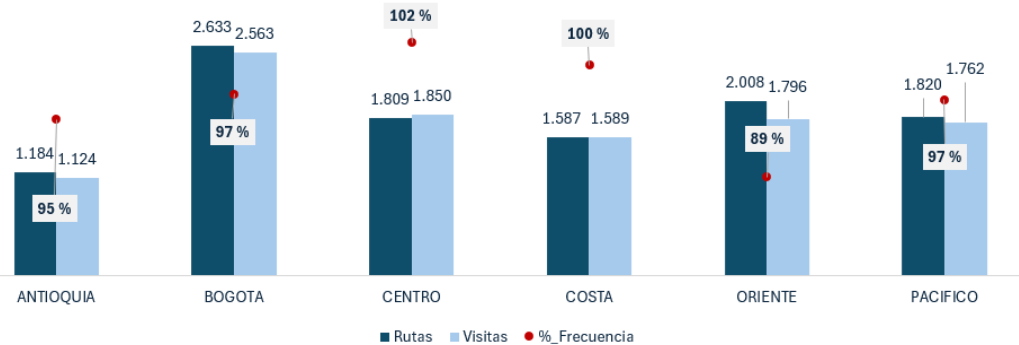
Tendencia frecuencia Feb-Jul 2025



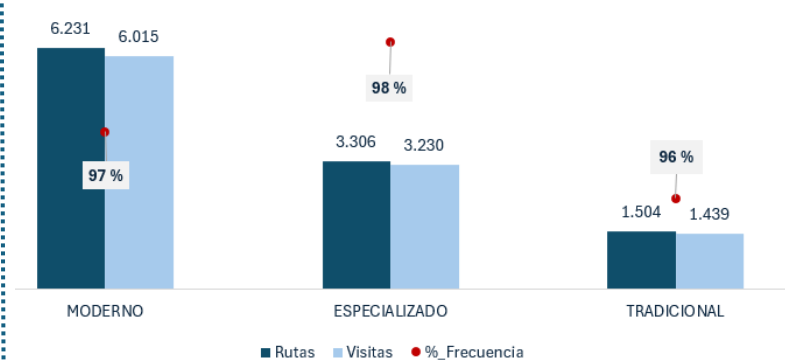
Visitas cerradas por novedad cambio de ruta Julio 2025



% Frecuencia por regional Julio 2025



% frecuencia por canal de Julio 2025



Origen rutas de Julio 2025

ORIGEN	VISITAS REALIZADAS
EXTRARUTA	2.022
PLANO	8.862

Se cumplió con el 80% del rutero establecido. El restante de las visitas realizadas fueron extra rutas, las cuales cubren el 60% de las visitas no realizadas.

Novedades Cobertura y Frecuencia Julio

A continuación, se relacionan las novedades presentadas a lo largo del mes que explican el resultado de Cobertura y Frecuencia:

Vacantes, incapacidades y vacaciones



- 1 vacante en Bogotá Moderno.
- 1 vacante en Bogotá Superetes.
- 1 incapacidad en Sogamoso (4 días).
- 1 persona en curso de alturas en Cartagena.
- 1 persona de vacaciones en Sincelejo (4 al 13 de julio).
- 1 vacante en Antioquia.
- 1 incapacidad en Antioquia (10 días).
- Ajustes de ruta necesarios para cubrir los PDV paretos.

Cambios de ruta por gestión operativa:



- Descuentos, planimetrías y jornadas de aseo (Bogotá Moderno).
- Movimientos para cubrir vacantes e inventario en Los Porvenir (Bogotá Superetes).
- Rutas modificadas para ofertas, eventos e inventarios.
- Cambios de ruta en Barranquilla por desabastecimiento en Olímpicas.
- Cambios de ruta por: Inventarios, Implementación de obsequios, Modificaciones de planogramas, Falta de tiempo, solicitudes de supervisores o ejecutivos.

Capacitación y cursos



- Cursos de alturas.
- Curso llave de servicios HC Tintal.
- Capacitación en visión y marketing.
- Inducción en Jumbo, Alkosto, Homecenter.
- Formación para nuevos colaboradores.

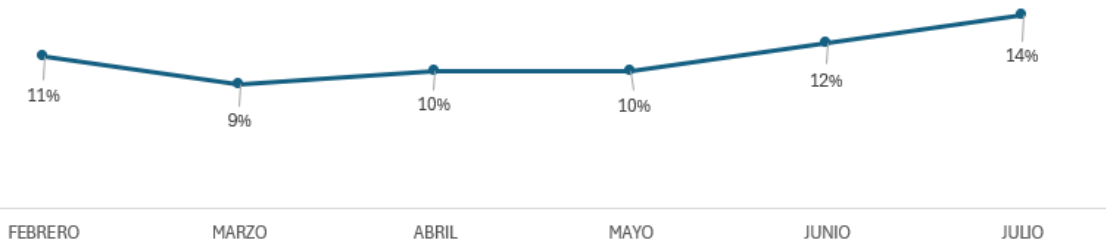
Eventos y actividades especiales



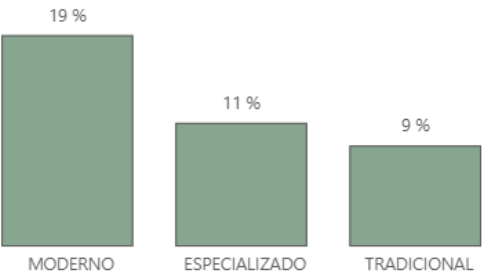
- Evento exposición canina
- Evento Éxito Floresta, Evento Éxito Niza, Evento Éxito Country, Evento Éxito Salitre.
- Evento HC Dorado.
- Evento Homesentry 116.
- Evento MMB.
- Festival canino y actividades de impulso (Día del Perro, Amarres Dog Chow, etc.).
- Montaje de Self Check Out en Éxito Villa Mayor.
- Jornadas de aseo en varios puntos (ej. Porvenir Lucero, Frutimax, Comunal Cardio, Arroyave).

Agotados

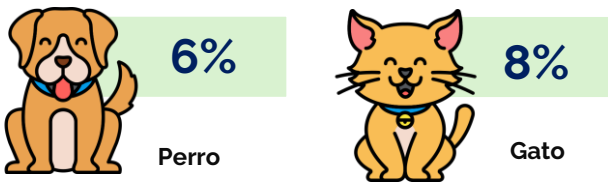
Tendencia % de agotados Feb – Jul 2025



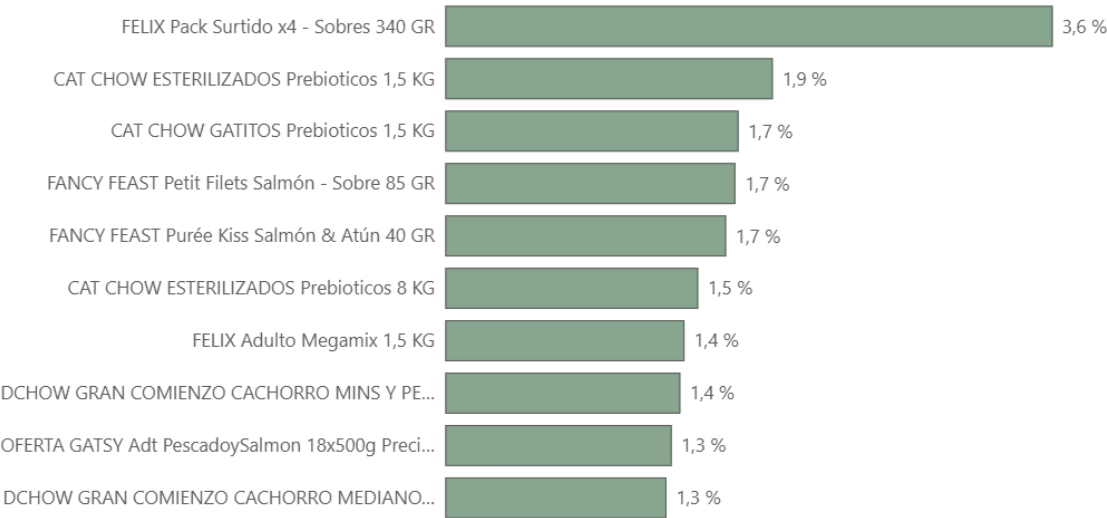
% de agotados por canal Julio 2025



% de agotado por categoría Julio 2025



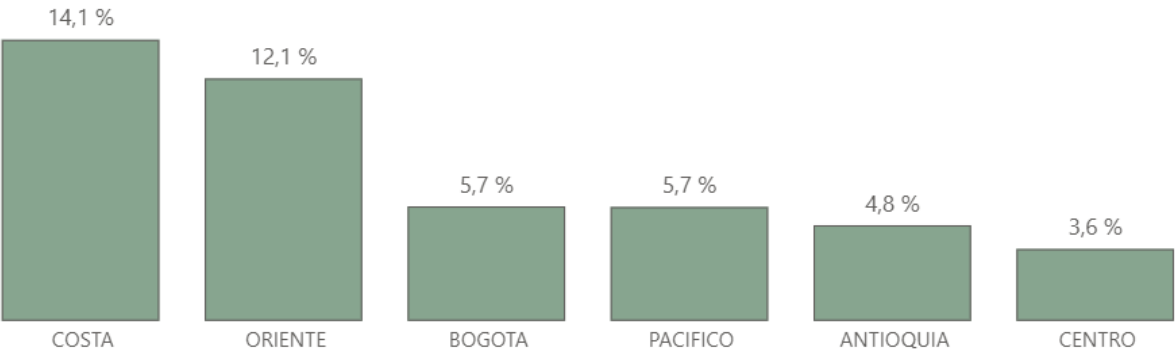
Top 10 de productos agotados Julio 2025



Top 5 de cadenas con mayor % de agotado Julio 2025



% Agotado por Regional Julio 2025

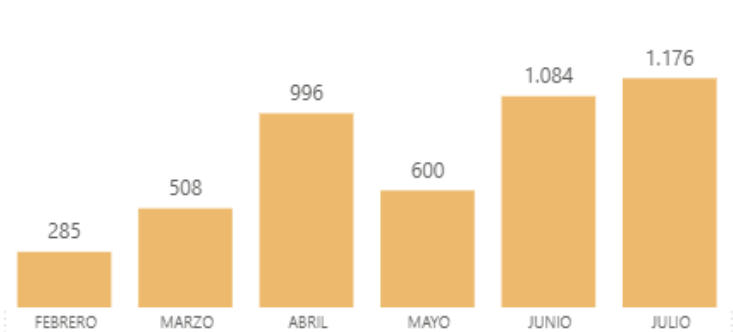


Se están enviando alertas diarias acerca de los productos agotados reportados en PDV hacia el equipo de fuerza de ventas.

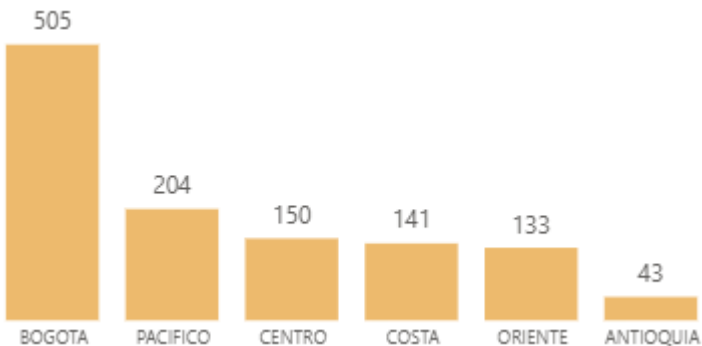
Vencidos Julio 2025



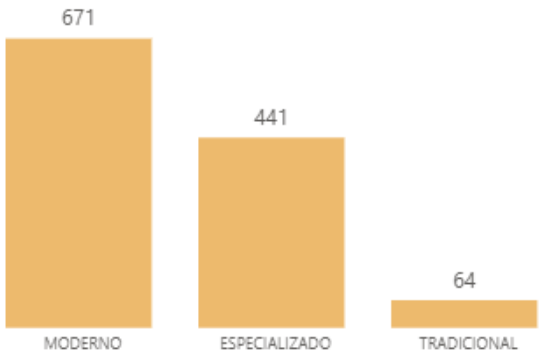
Tendencia unidades vencidas Ene -Jul 2025



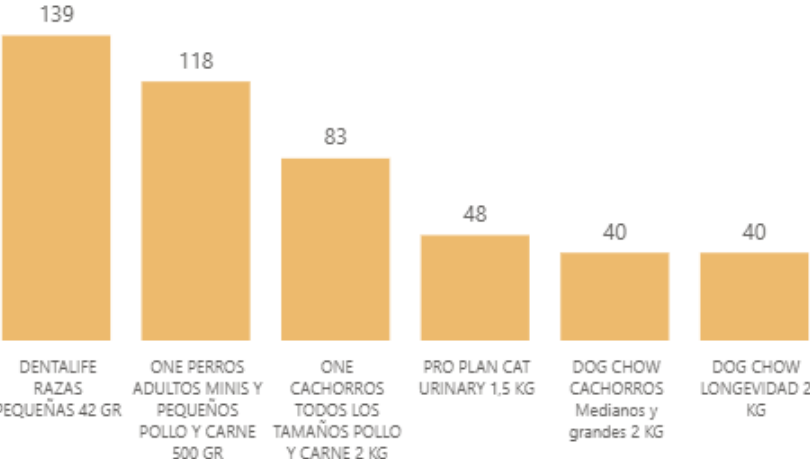
Unidades vencidas por Regional Julio 2025



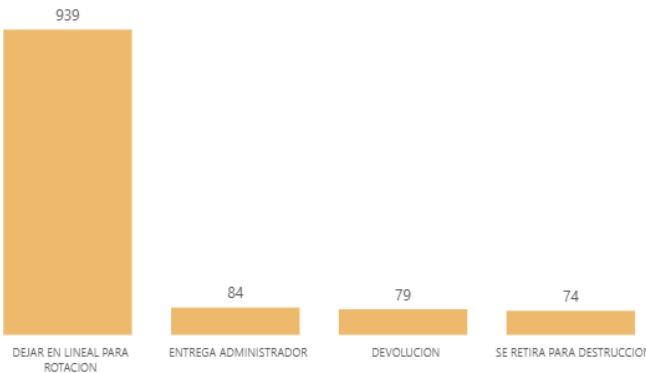
Unidades vencidas por canal Julio 2025



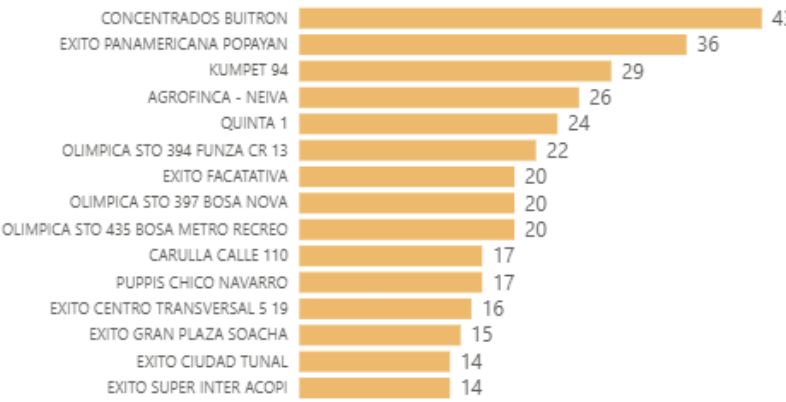
Top 5 SKU's con mayor cantidad de vencidos Julio 2025



Unidades vencidas por planes de acción

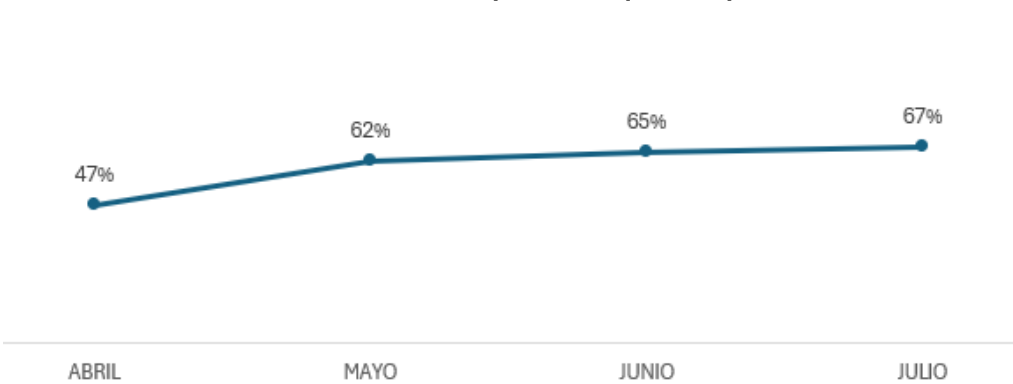


Ranking PDV con mayor cantidad de vencidos



Chequeo de precios

Tendencia mensual % captura chequeo de precios



1.866
PDV Objetivo

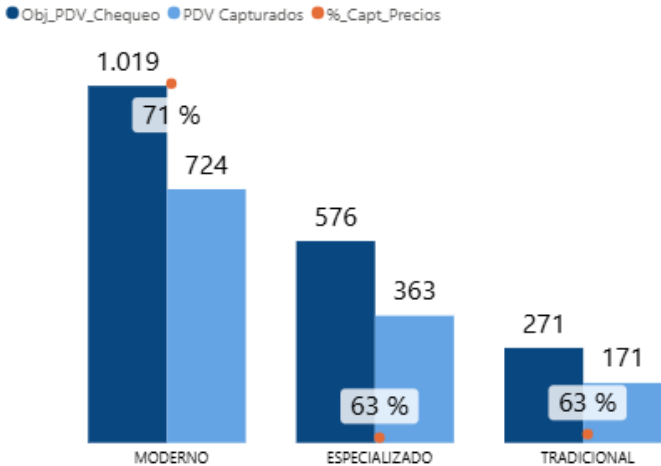


1.258
PDV Capturados



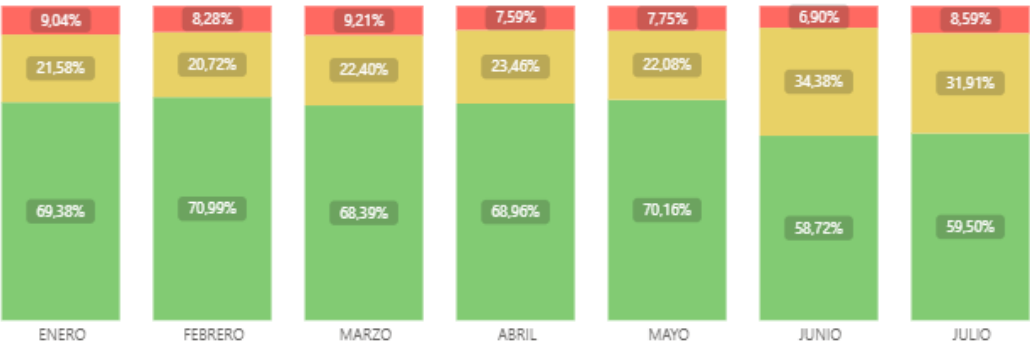
67%
% Cump. Captura

Pdv capturados por canal Julio 2025



Tendencia mensual % chequeo de precios

Criterio ● PRECIO ALINEADO ● PRECIO POR DEBAJO ● PRECIO POR ENCIMA



● % Precio por Encima ● % Precio Alineado ● % Precio por Debajo

Adherencia de precios Julio 2025



737
PDV con referencias con precio por encima



81
Referencias con precio por encima



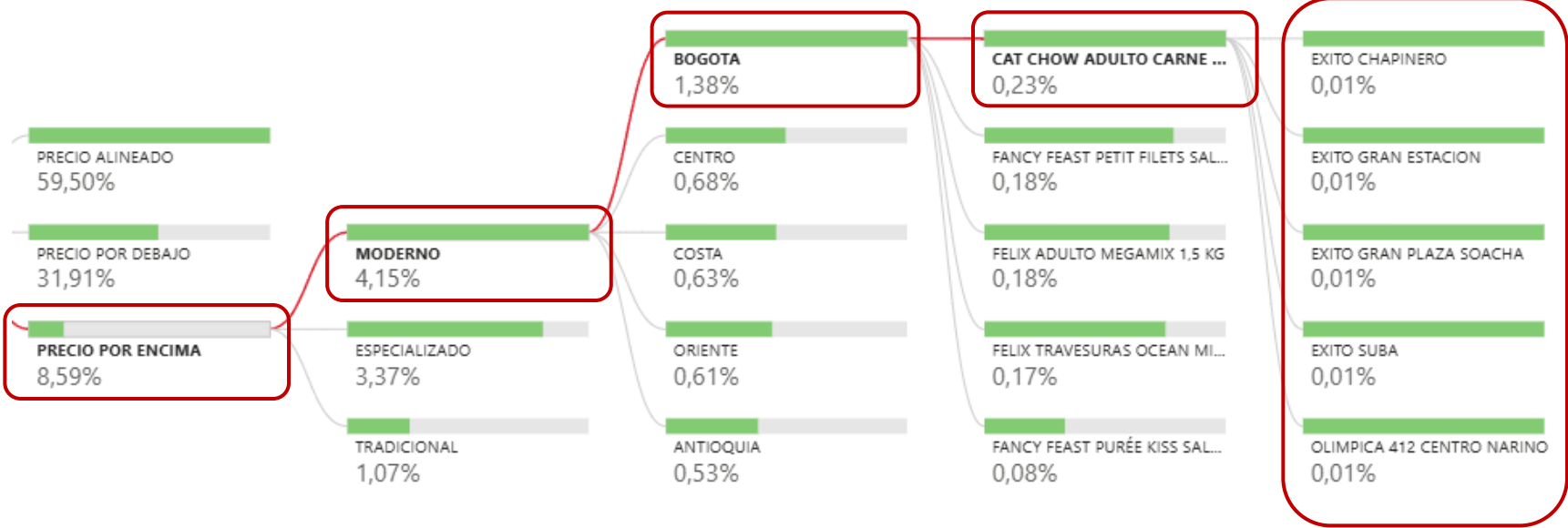
1197
PDV con referencias con precio por debajo



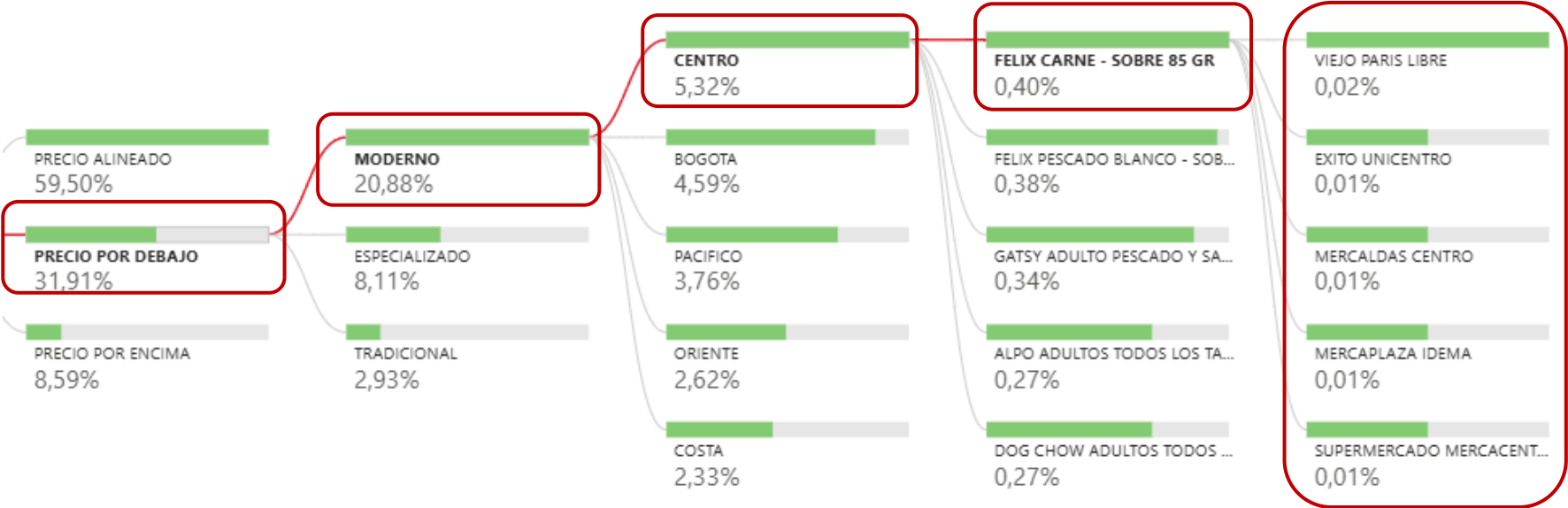
93
Referencias con precio por debajo



Chequeo de precios



En cuanto al precio por encima, el canal con mayor participación es el **moderno** principalmente en la regional de **Bogotá** en la referencia de **Cat Chow Adulto Carne Prebióticos 1,5 kg**



En cuanto al precio por debajo, el canal con mayor participación es el **moderno** principalmente en la regional de **Centro** en la referencia de **Felix Carne-Sobre 85GR**

Ejecución por cadena Julio 2025



74 (95%)

Exh. Impl.



96 (81%)

Exh. Impl.



15 (94%)

Exh. Impl.



11 (92%)

Exh. Impl.



133 (89%)

Exh. Impl.



46 (94%)

Exh. Impl.

Ejecución Julio 2025

518

Objetivo

465

Implementadas

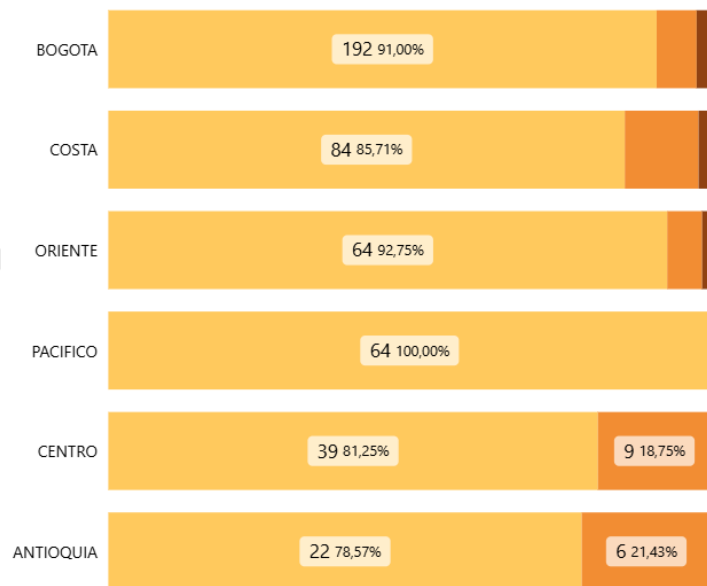
90%

Implementación

El 7% de las exhibiciones negociadas fueron marcadas como **NO IMPLEMENTADAS**. El 1% de las exhibiciones fueron **NO GESTIONADAS**

Ejecución por regional Julio 2025

● Implementadas ● No Implementadas ● No Ejecutadas



Exhibiciones negociadas Moderno

Participación por tipo de exhibición Julio 2025



Mueble
34,41%



Rejilla
16,99%



Balconera
11,61%



Punta de góndola
7,1%

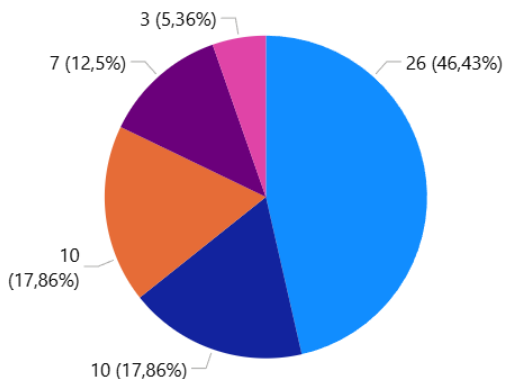


Tope
4,73%



Otros
25,16%

Causales de no Implementación Julio 2025



Causal

- INVENTARIO INSUFICIENTE
- PDV NO TIENE NEGOCIACION
- PDV SIN ESPACIO PARA IMPL...
- PDV NO PERMITE IMPLENT...
- FIN DE LA VIGENCIA
- ERROR EN LA PLATAFORMA V...

45
No Implementadas

Ejecución por formato Julio 2025



PET SHOP KA

Exh. Impl. 37 (50%)
Exh. No mpl. 5 (50%)
Exh. Pendientes 19 (50%)



PET SHOP INDEPENDIENTE

Exh. Impl. 9 (50%)
Exh. No mpl. 3 (50%)
Exh. Pendientes 6 (50%)

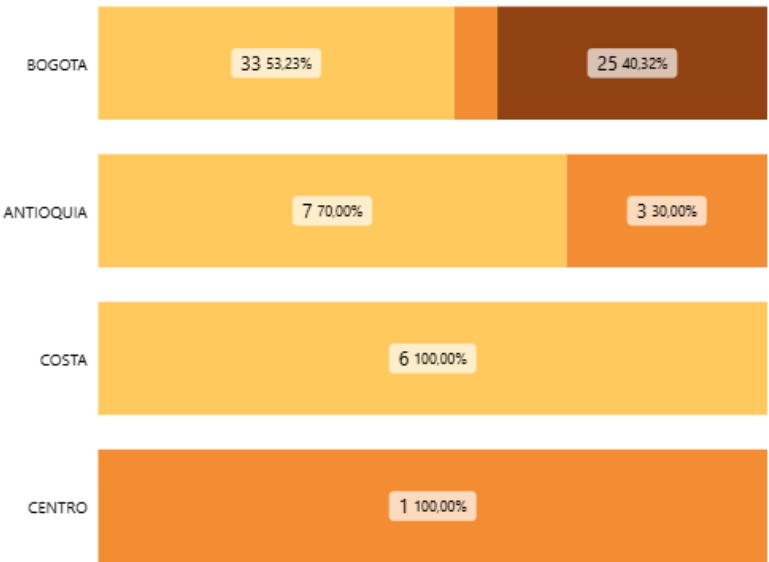
Ejecución Julio 2025



El 10% de las exhibiciones negociadas fueron marcadas como **NO IMPLEMENTADAS**. El 10% de las exhibiciones fueron **NO GESTIONADAS**

Ejecución por regional Julio 2025

● Implementadas ● No Implementadas ● No Ejecutadas



Exhibiciones negociadas Especializado

Participación por tipo de exhibición Julio 2025



Punta de góndola
63,04%



Check Out (Bolsillos)
21,74%

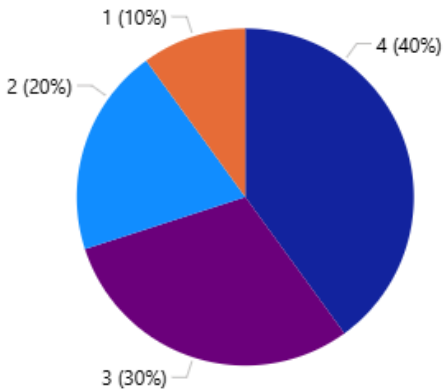


Vinitra
6,52%



Otros
8,70%

Causales de no Implementación Julio 2025



Causal
● PDV NO TIENE NEGOCIACION
● PDV NO PERMITE IMPLEMENT...
● INVENTARIO INSUFICIENTE
● PDV SIN ESPACIO PARA IMPLE...
● ERROR EN LA PLATAFORMA V...
● FIN DE LA VIGENCIA

8
No Implementadas



Gana al instante 2025: Obsequios



307
PDV impactados



78
Personas involucradas



Especializado
Canal

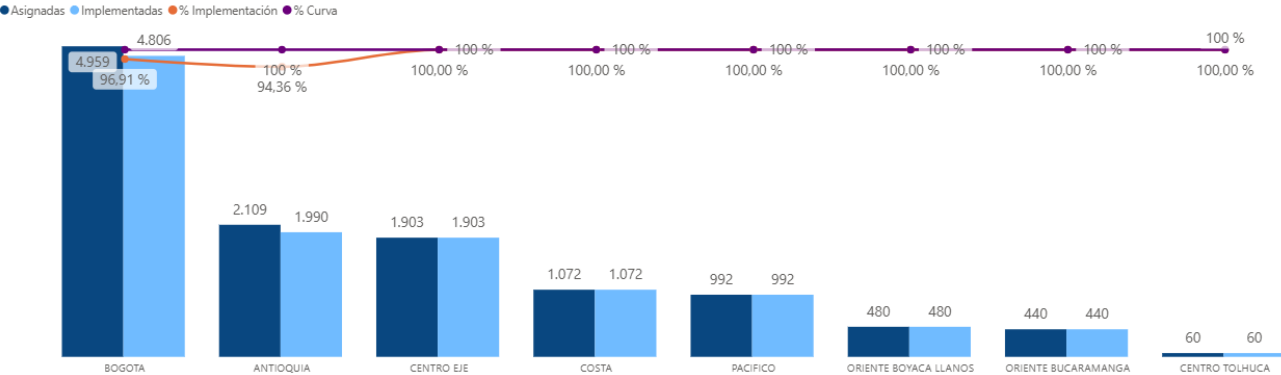


42
Poblaciones



97,74%
% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA



Aspectos Positivos:



- Bien recibido por clientes y shopper, con disposición de PDV a implementar el material tan pronto estuvo disponible.
- Contenedores muy llamativos, generaban recordación y atracción en el PDV: incluso algunos clientes cambiaban de marca solo por obtener el obsequio.
- Comentarios excelentes tanto de administradores como de dueños de pet shop y clientes finales: el material incentivaba a llevar mayor gramaje para acceder a contenedores grandes.
- Obsequio atractivo y percibido como de alto valor, considerado diferenciador en PDV.
- Buena rotación y acogida constante tanto por parte del cliente como del shopper.
- Contenedor valorado por su diseño, gustaba mucho y ayudaba a mantener la buena rotación en el mix.

Aspectos Negativos:



- Pendiente por autorización en Rionegro: 91 unidades no se han podido despachar directamente al PDV.
- Contenedor pequeño con poca funcionalidad, algunos lo perciben solo como taza medidora, restándole valor.
- Muy poco material POP en circulación, lo que redujo apoyo visual en exhibición.
- Limitaciones en visual de exhibición en algunos PDV, donde buscaban mayor control y manejo de los contenedores

Armado PPVD DRY + WET



224
PDV impactados



59
Personas involucradas



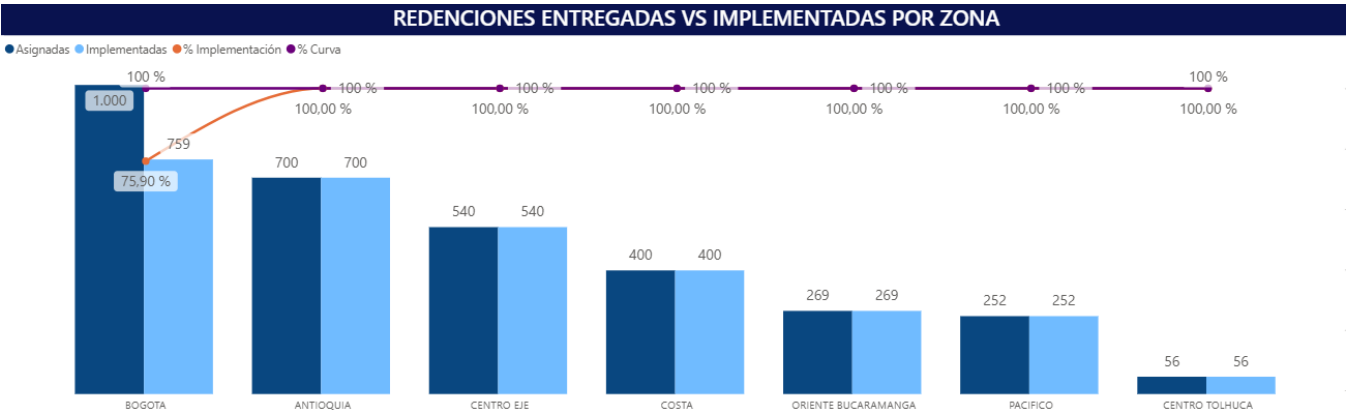
Especializado
Canal



27
Poblaciones



94,22%
% de implementación



Aspectos Positivos:



- Producto bien recibido por clientes, vende rápido.
- Alta aceptación del shopper: valoran el doble producto y mejor tratamiento para la mascota.
- Obsequio percibido como de gran valor, bien presentado para PDV.
- Gusto por el gramaje de la lata en el mix, favorece rotación.
- Clientes y shopper satisfechos con la propuesta.

Aspectos Negativos:



- Implementación lenta: se ejecuta solo al ritmo que rota (retraso en PDV).
- Muy bajo inventario asignado por PDV lo que dificulta implementación.
- Algunos PDV sin producto disponible.
- Ejecución lenta por falta de inventario.
- Complejidad logística: armado de cajas y traslados grandes.



Amarre Pouches Pro Plan Enero



573
PDV impactados



82
Personas involucradas



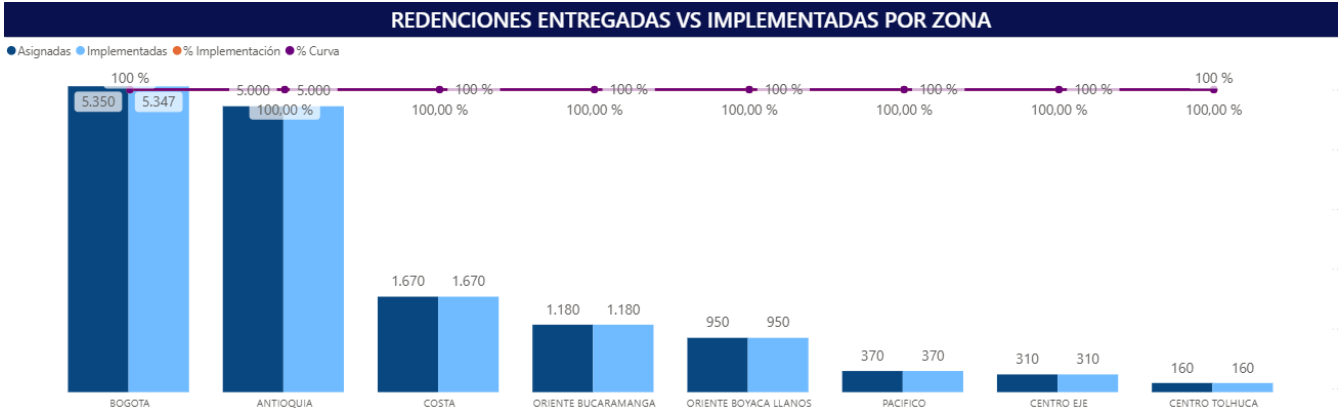
Especializado
Canal



54
Poblaciones



99,98%
% de implementación



Aspectos Positivos:



- Producto con rápida acogida, vende rápido cuando hay inventario.
- Shopper valora llevar productos de la misma categoría.
- Buenos comentarios sobre el obsequio, el amarre motivó compra adicional.
- Implementación llamativa, atrajo la atención del cliente.
- Mayor visibilidad del producto en PDV.

Aspectos Negativos:



- Producto agotado en puntos de venta, falta de inventario y retrasos en despachos.
- Bajo inventario en algunos PDV: demora en la implementación.
- Rotación lenta en ciertos PDV por cruce con la actividad Gana al Instante.
- Ejecución lenta en algunos puntos por actividades paralelas.



Amarre Portavasos Fancy Feast



99

PDV impactados



38

Personas involucradas



Especializado

Canal



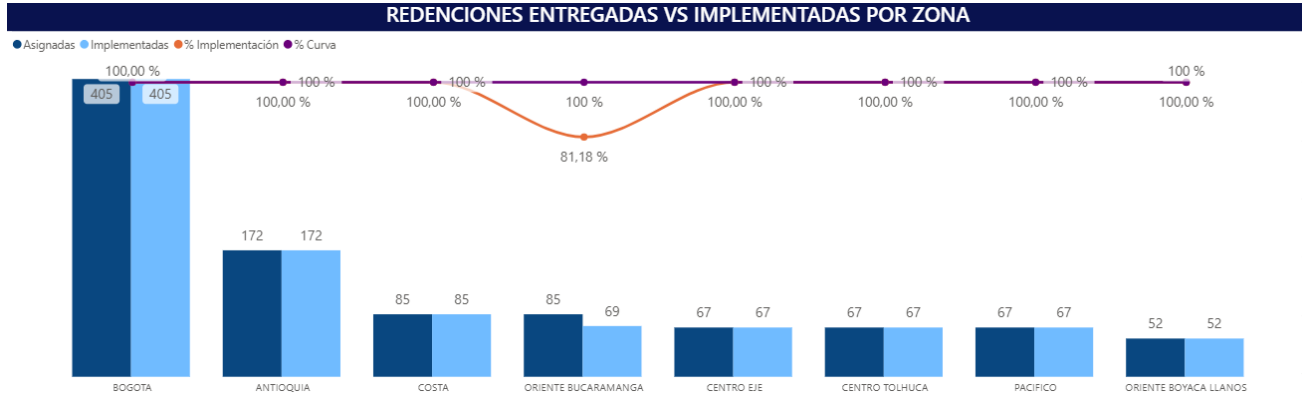
21


Poblaciones



98,40%


% de implementación





Aspectos Positivos:

- Llamativo visualmente; la presencia del portavaso captó atención, aunque no todos entendieran su función.
- Buena rotación reportada en algunos casos, cuando había disponibilidad, el producto tuvo salida aceptable.
- Ayudó a rotar lo poco que había en inventario, aun con escasez, permitió que se movieran productos que de otro modo podrían haberse quedado quietos.



Aspectos Negativos:

- Consideran que no genera tanto impacto: percepción de poca utilidad o relevancia para el cliente.
- Lenta rotación: el producto se vende muy despacio, lo que obliga a surtir únicamente según la salida.
- No hay producto para realizar el amarre; falta de inventario suficiente para ejecutar la actividad.
- Confusión con la función del portavaso con el pouch; clientes no entendían para qué servía y además no incluía descuento; esto limitó la efectividad.
- Difícil amarre por falta de disponibilidad → varios productos estaban agotados, lo que imposibilitaba realizar la estrategia.



Amarre Portavasos Felix



61

PDV impactados



20

Personas involucradas



Especializado

Canal



12

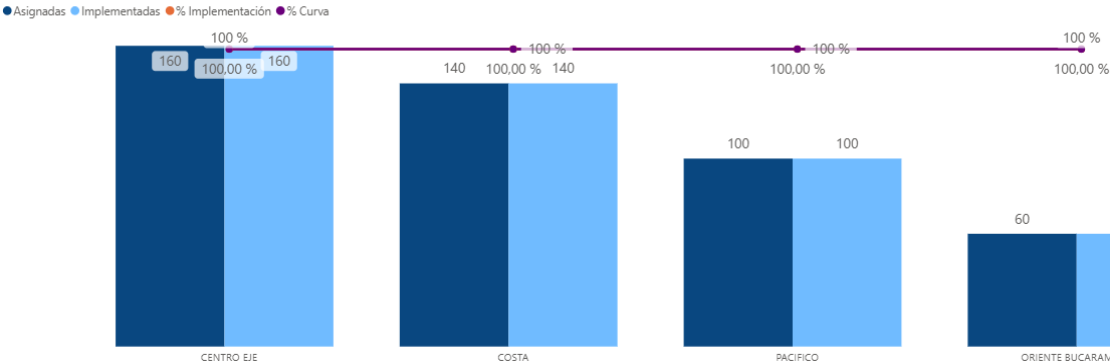
Poblaciones



100%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA



Aspectos Positivos:

- El portavasos resultó llamativo y atrajo atención en varios PDV.
- Buena rotación de los productos en los puntos donde sí hubo inventario.
- Inventario disponible en varios PDV permitió continuidad en la venta.



Aspectos Negativos:

- Percepción de precio alto de los pouches frente al beneficio de la promoción.
- Restricciones de exhibición: algunos clientes no permitieron amarrar el obsequio en el PDV.
- Falta de inventario en ciertos PDV para implementar correctamente la actividad.
- Confusión sobre la promoción: el portavasos no siempre se entendió como un valor agregado claro.
- Sensación de que la actividad no tenía suficiente visibilidad o impacto promocional en algunos puntos.



Valor Agregado Excellent Obsequios 2025



206
PDV impactados



60
Personas involucradas



Especializado
Canal



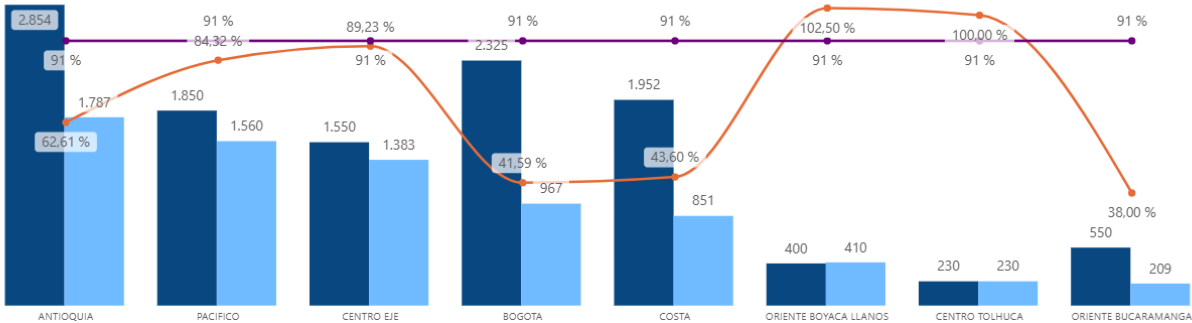
25
Poblaciones



63,16%
% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:



- Buena rotación del producto en los PDV donde sí hubo inventario.
- El contenedor/obsequio fue llamativo y atractivo para el shopper.
- Impacto positivo de la actividad, los obsequios gustaron mucho.
- El material incentivó el cambio de compra (clientes eligieron otra comida para poder llevarlo).
- El obsequio es percibido como versátil, con varios usos.
- La dinámica apoyó la rotación del producto cuando hubo disponibilidad.

Aspectos Negativos:



- Obsequios llegaron tarde, lo que retrasó la implementación en varias ciudades.
- Problemas de inventario: ejecución lenta y productos agotados.
- Restricciones de exhibición: dificultad para amarrar el obsequio.
- Confusión inicial sobre el uso del contenedor, algunos pensaban que era solo de cocina



Plan Pega Mes del Perro



421
PDV impactados



82
Personas involucradas



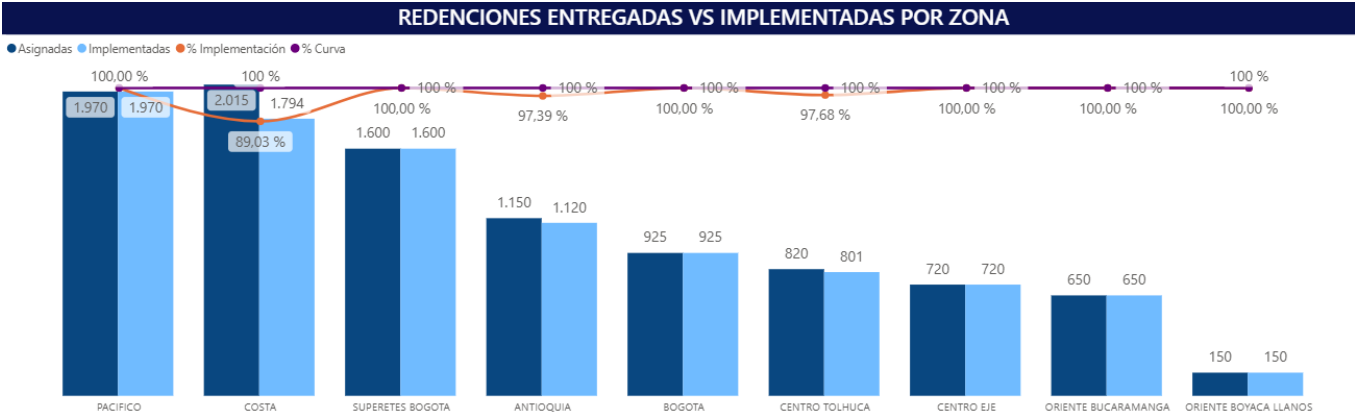
Moderno
Canal



80
Poblaciones



95,80%
% de implementación



Aspectos Negativos:



- PDV con poco o nulo inventario.
- Agotados frecuentes en algunos puntos.
- Baja asignación en ciertos PDV.
- Rotación lenta por falta de inventario (ej. pouch cachorro).

Aspectos Positivos:



- Buena rotación en PDV con inventario.
- Alta acogida por cliente y shopper.
- Dinámica atractiva y llamativa.
- El amarre gusta y apalanca ventas.
- Ejecución oportuna en PDV con inventarios suficientes.
- Obsequios generan impacto positivo.



Plan Pega Gran Comienzo Superets



167
PDV impactados



51
Personas involucradas



Moderno
Canal

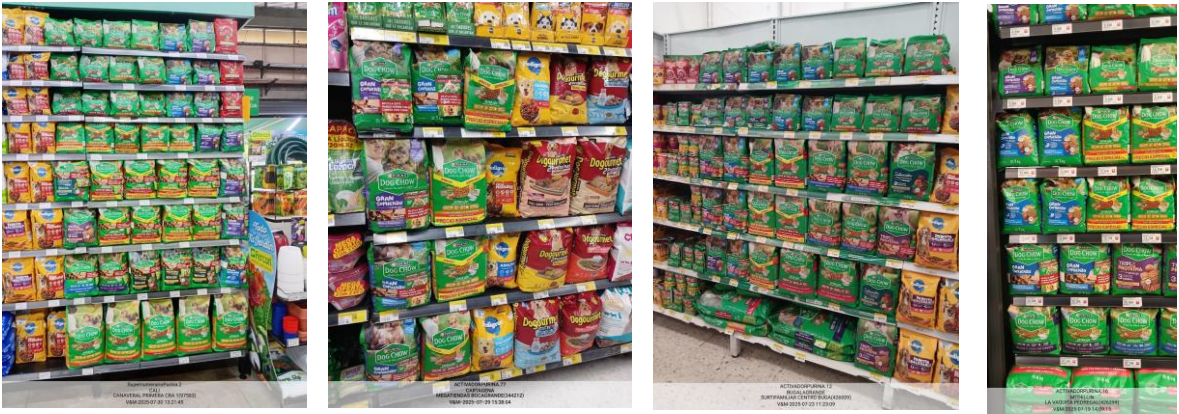
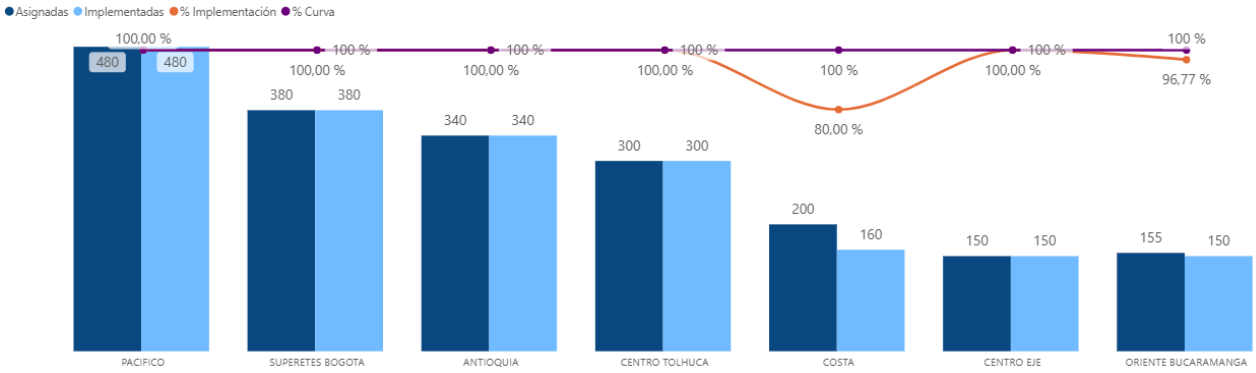


49
Poblaciones



97,76%
% de implementación

RENDICIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA



Aspectos Negativos



- Presencia de PDV con agotados.
- En algunos PDV, asignación muy baja.
- Pouch de cachorro con menor rotación debido a bajo inventario.
- Rotación lenta en ciertos PDV.
- Falta de inventario disponible para implementar la dinámica.
- Limitada disponibilidad de la referencia en PDV asignados.

Aspectos Positivos



- Buena rotación en los PDV con inventario disponible.
- Alta acogida por parte del cliente y del Shopper.
- El “amarre” es atractivo y genera recordación.
- Dinámica que apalanca la venta de la categoría.



Plan Pega Carro de Mercado Easy



12
PDV impactados



10
Personas involucradas



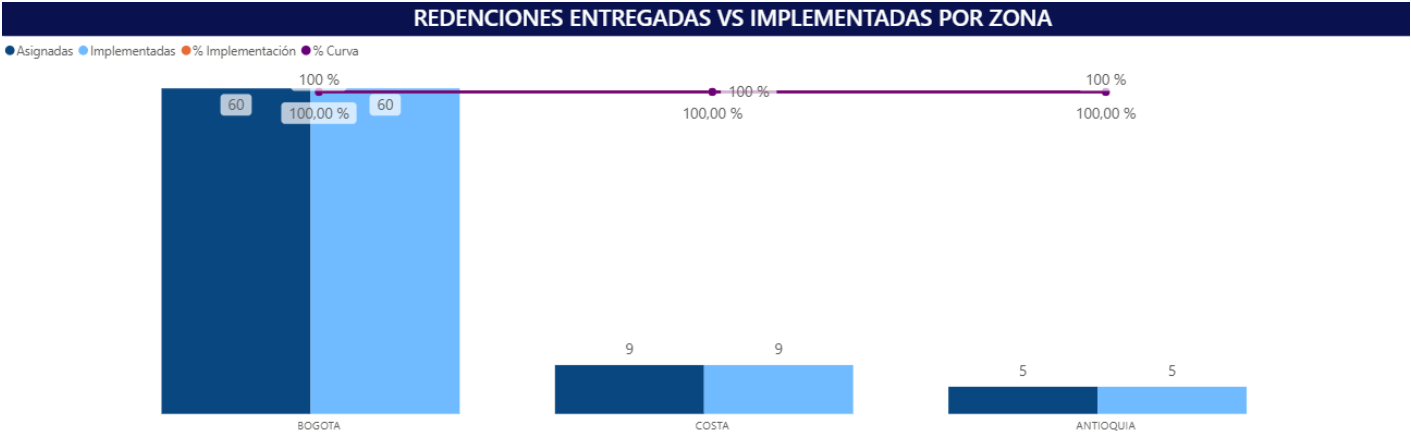
Moderno
Canal



4
Poblaciones



100%
% de implementación

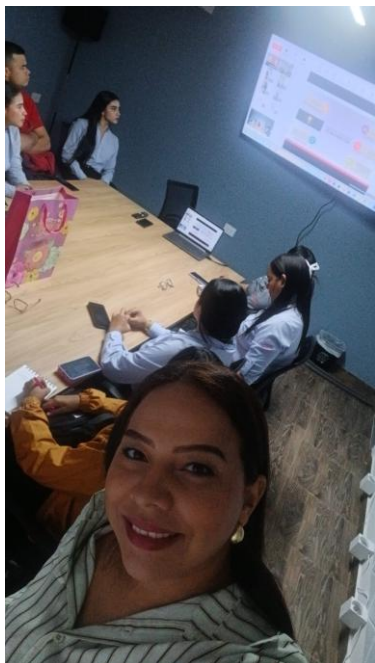


Aspectos Positivos:

- La dinámica genera afinidad con el Shopper, se implementa y asegura resultados de venta.
- Es una dinámica que impulsa la rotación del producto.



Reunión de ciclo Julio



Gracias