



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

GRUPO **Ohla**



INFORME DE GESTIÓN NESTLÉ PURINA

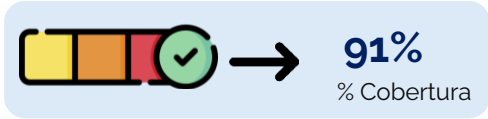
Abril 2025



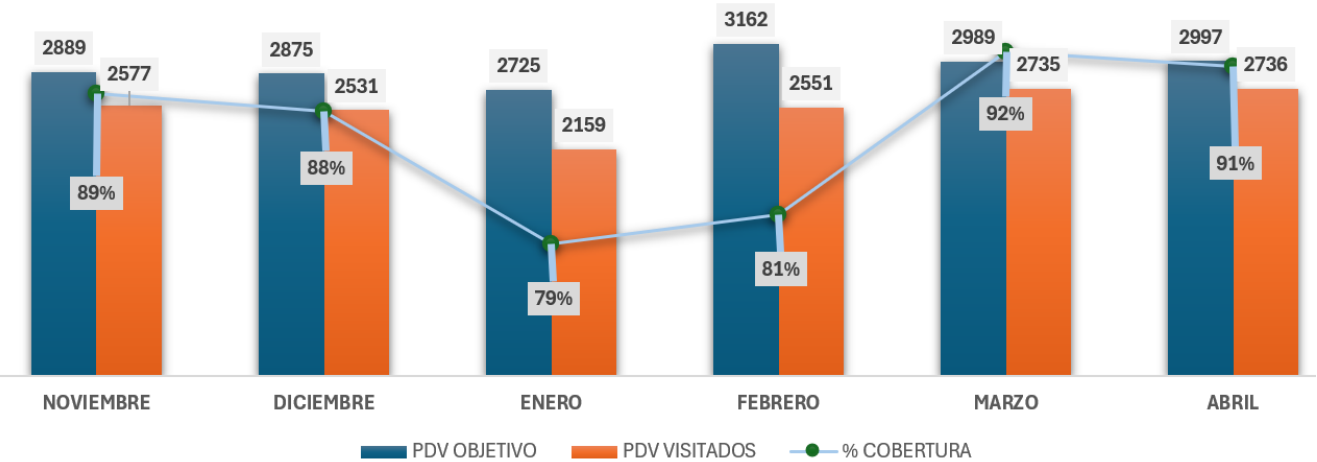
VISION & MARKETING
especialistas en punto de compra

Ohla

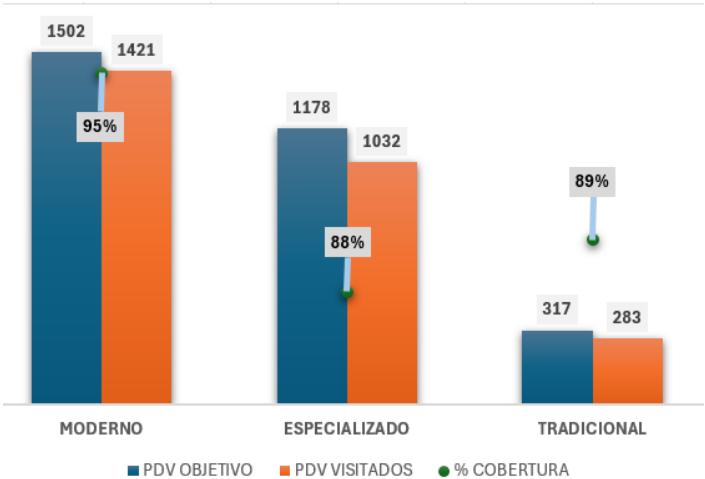
Cobertura Abril 2025



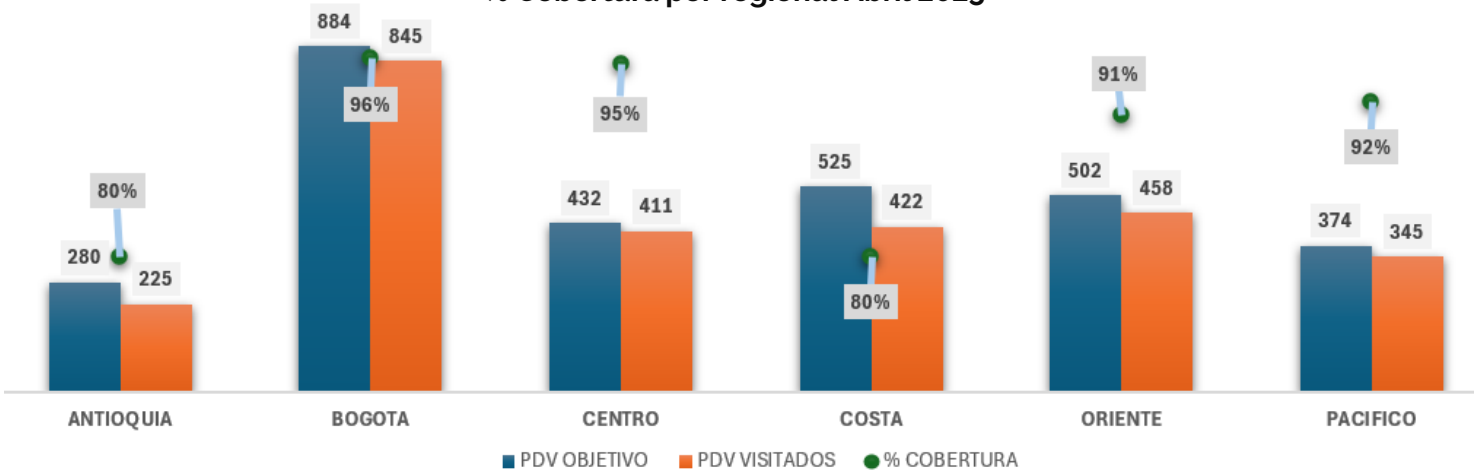
Tendencia cobertura Nov 2024-Abr 2025



% Cobertura por canal Abril 2025



% Cobertura por regional Abril 2025



Las cadenas con menor % de cobertura son:



78%



89%



89%



94%



98%

Los formatos especializados con menor % de cobertura son:



84%
Veterinaria



86%
Agropuntos

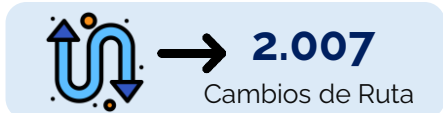
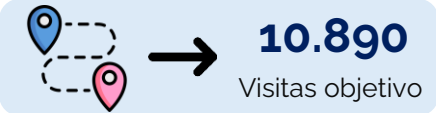
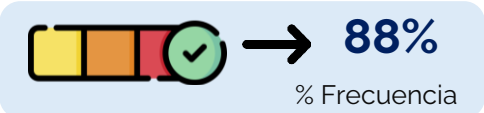


94%

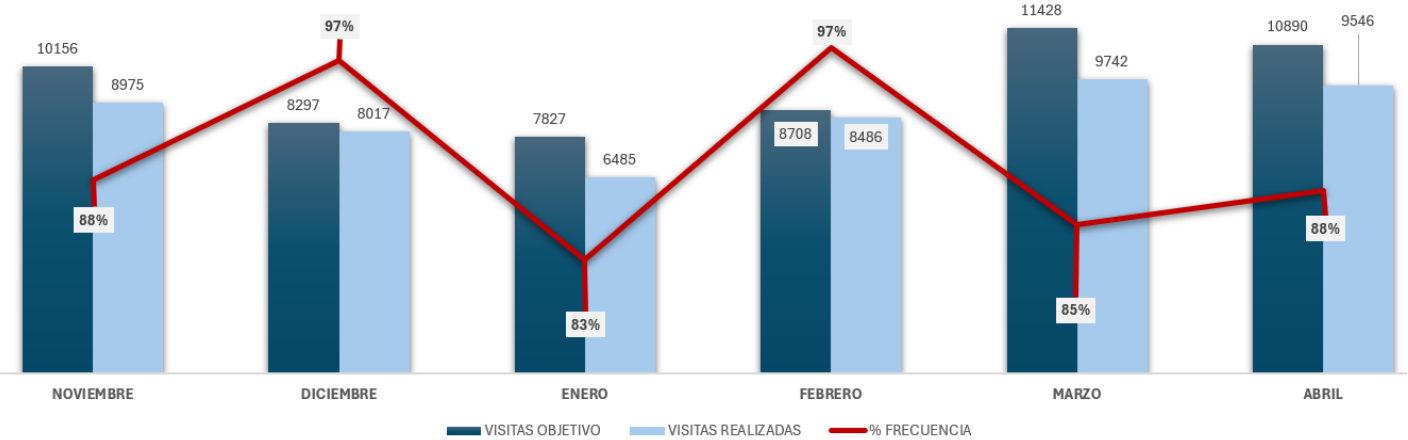
88%

KA Independientes

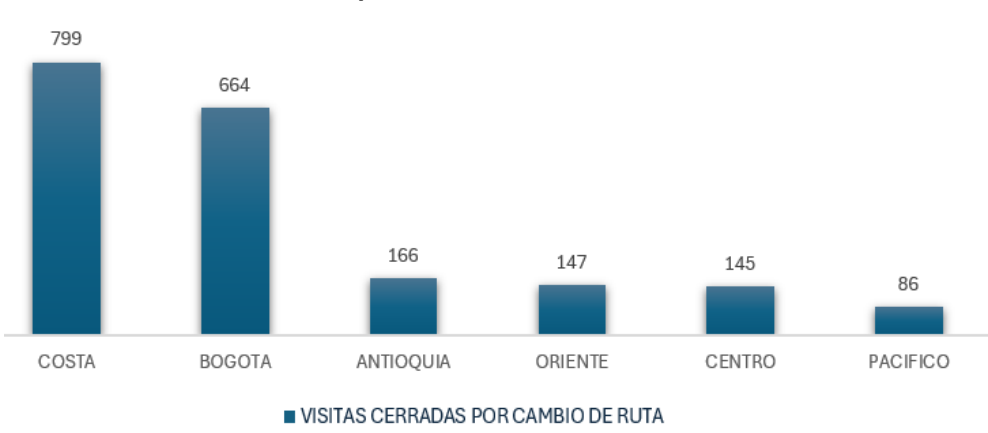
Frecuencia Abril 2025



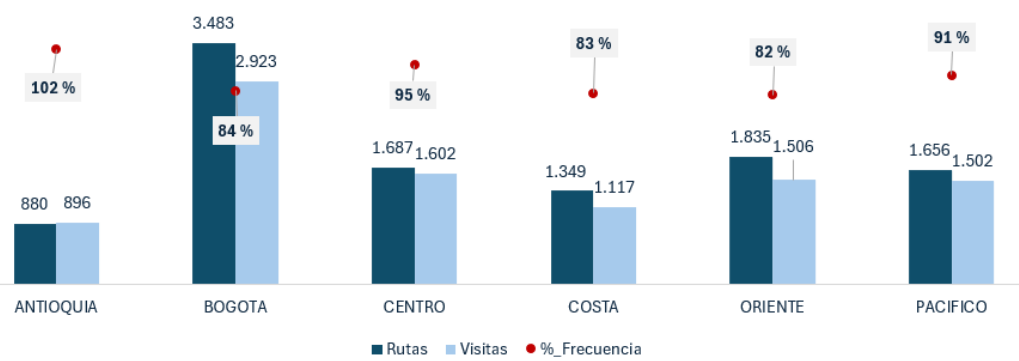
Tendencia frecuencia Nov 2024-Abr 2025



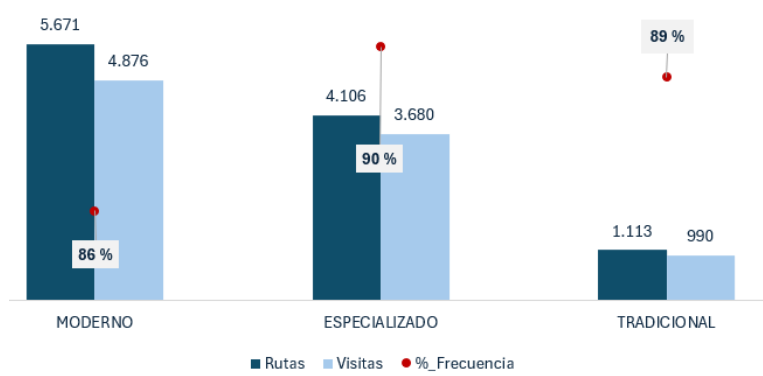
Visitas cerradas por novedad cambio de ruta Abril 2025



% Frecuencia por regional Abril 2025



% frecuencia por canal de Abril 2025



Origen rutas de Abril 2025

ORIGEN	VISITAS REALIZADAS
EXTRARUTA	2.135
PLANO	7.411

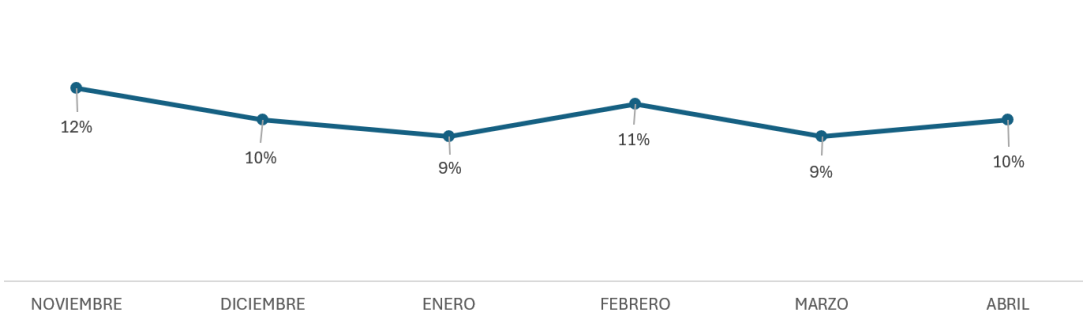
Se cumplió con el 68% del rutero establecido. El restante de las visitas realizadas fueron extra rutas que cubren las novedades por cambio de ruta.



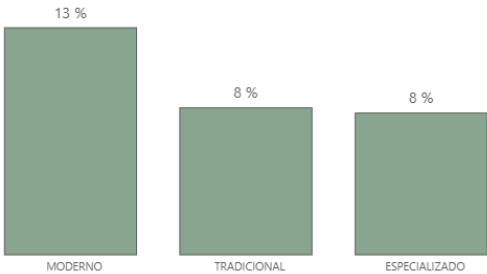
Se implementará reporte quincenal dando visibilidad al equipo de fuerza de ventas el impacto de los cambios de ruta, con el fin de mitigar las novedades tanto en cobertura como en frecuencia.

Agotados

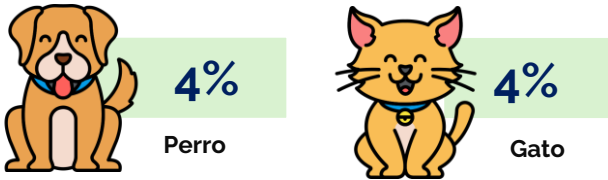
Tendencia % de agotados Nov 2024-Abr 2025



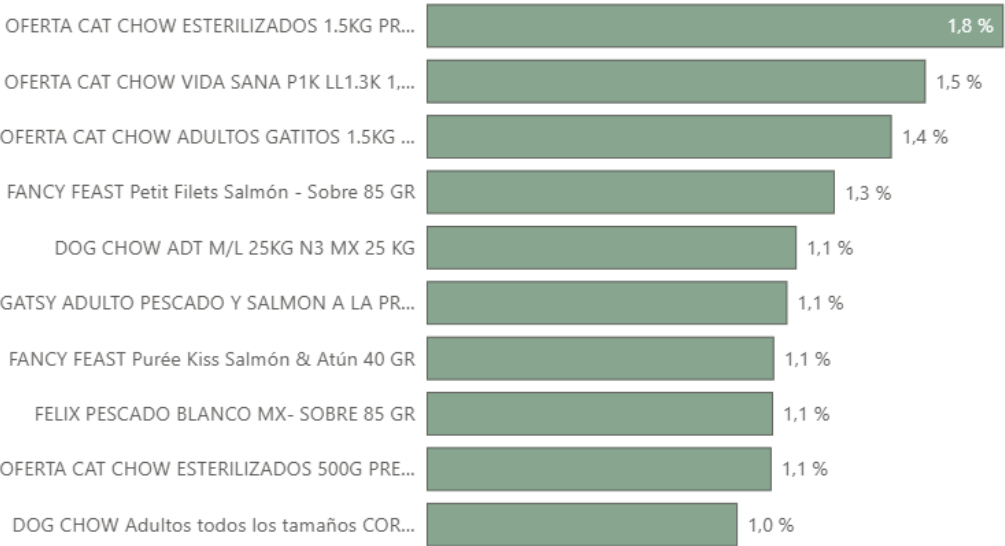
% de agotados por canal Abril 2025



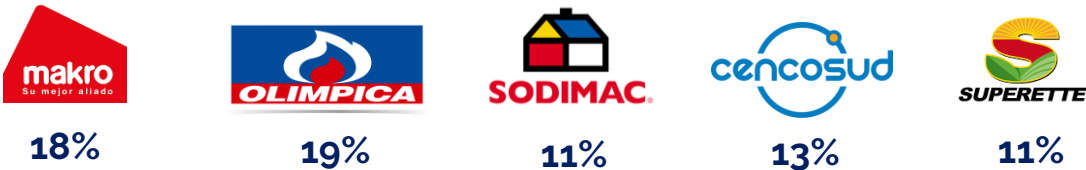
% de agotado por categoría Abril 2025



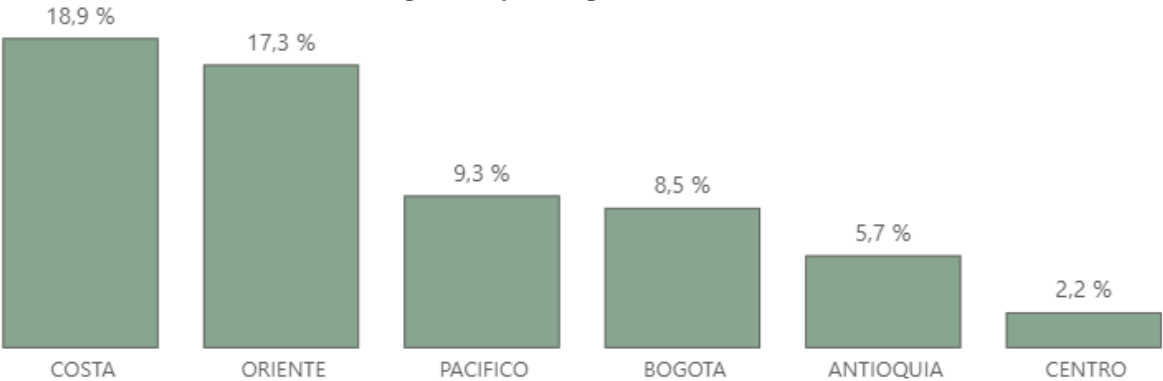
Top 10 de productos agotados Abril 2025



Top 5 de cadenas con mayor % de agotado Abril 2025



% Agotado por Regional Abril 2025



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

Vencidos Abril 2025



→ 1.488 Vencidos



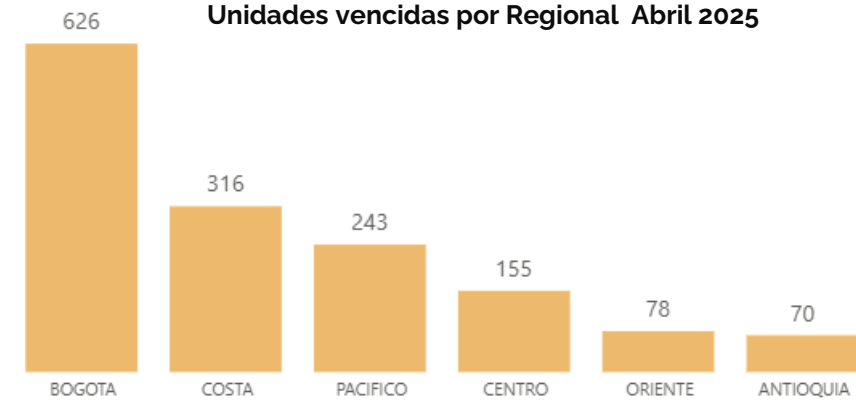
→ 366 PDV con Vencimiento



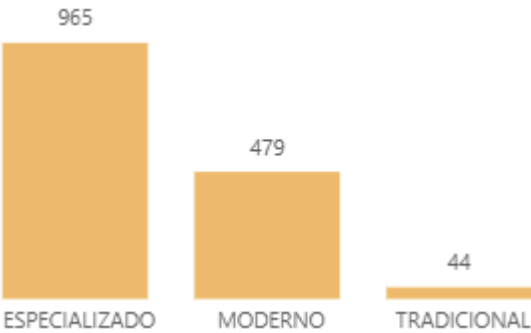
\$ 114.891.516

Valorizado de los vencimientos

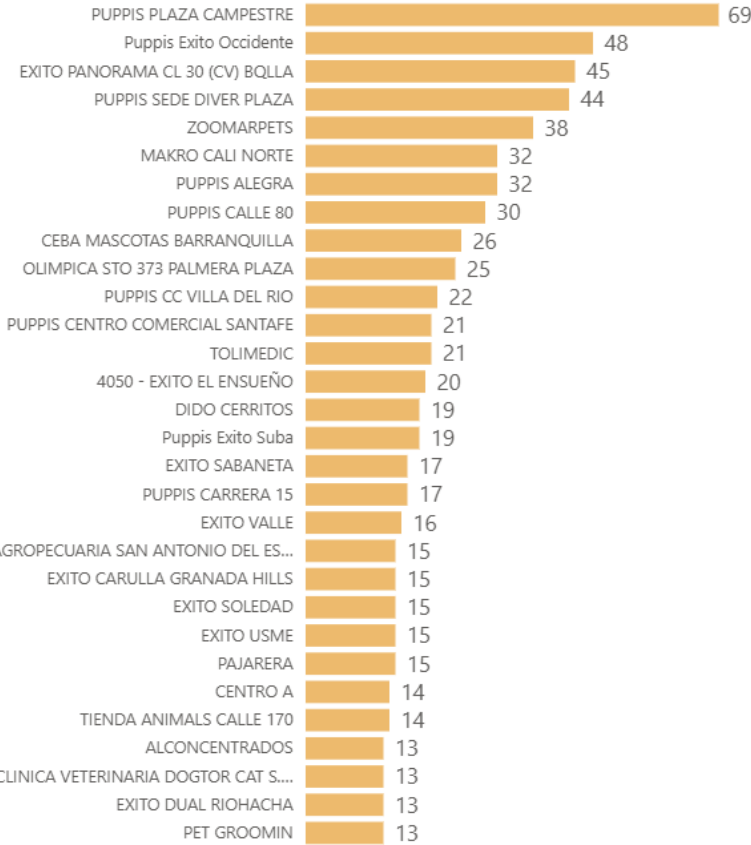
Unidades vencidas por Regional Abril 2025



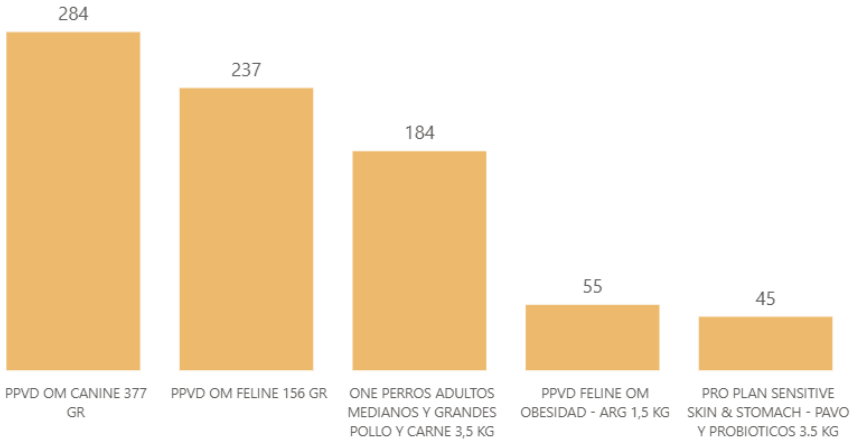
Unidades vencidas por canal Abril 2025



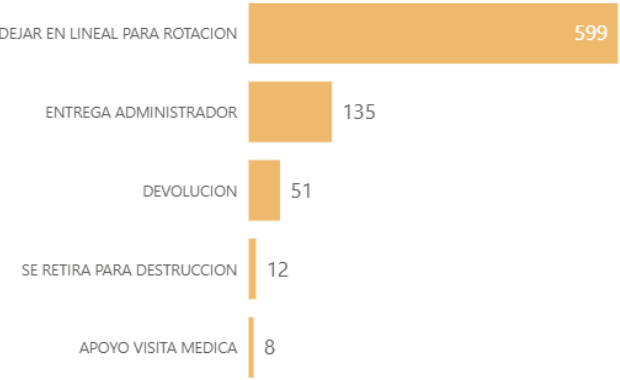
Ranking PDV con mayor cantidad de vencidos



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

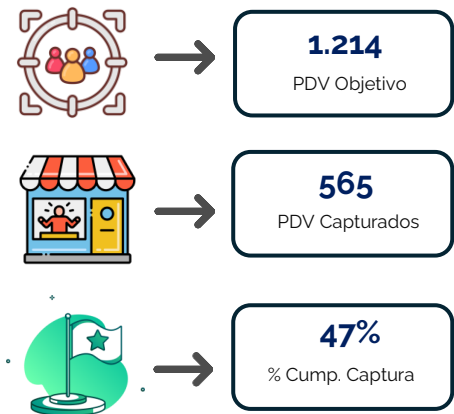
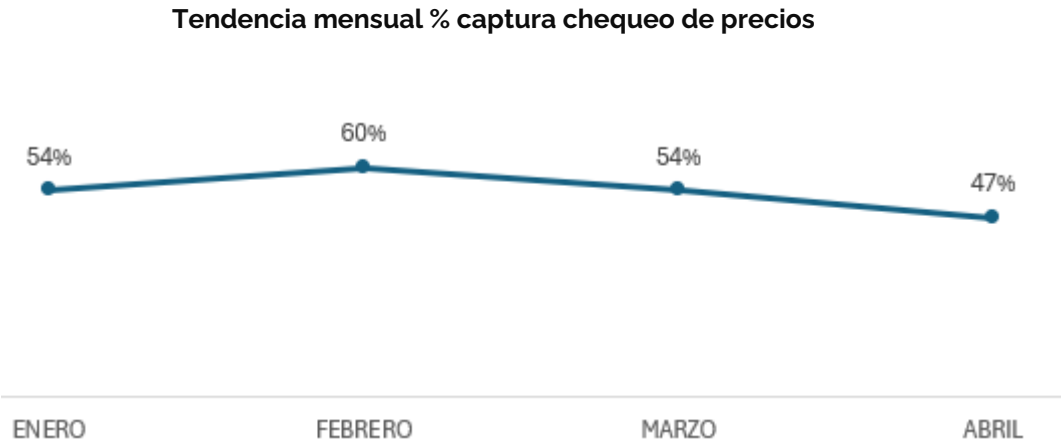


Unidades vencidas por planes de acción

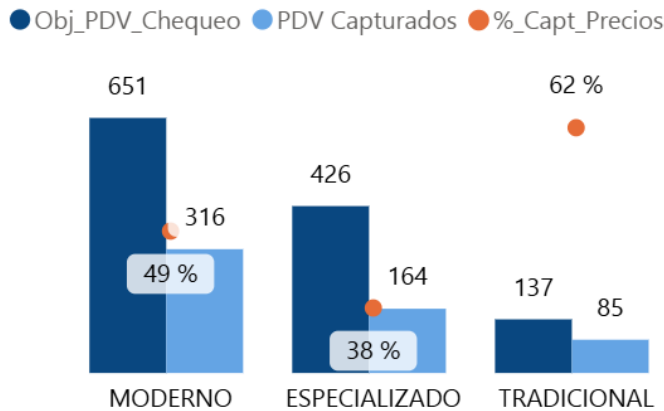


Chequeo de precios

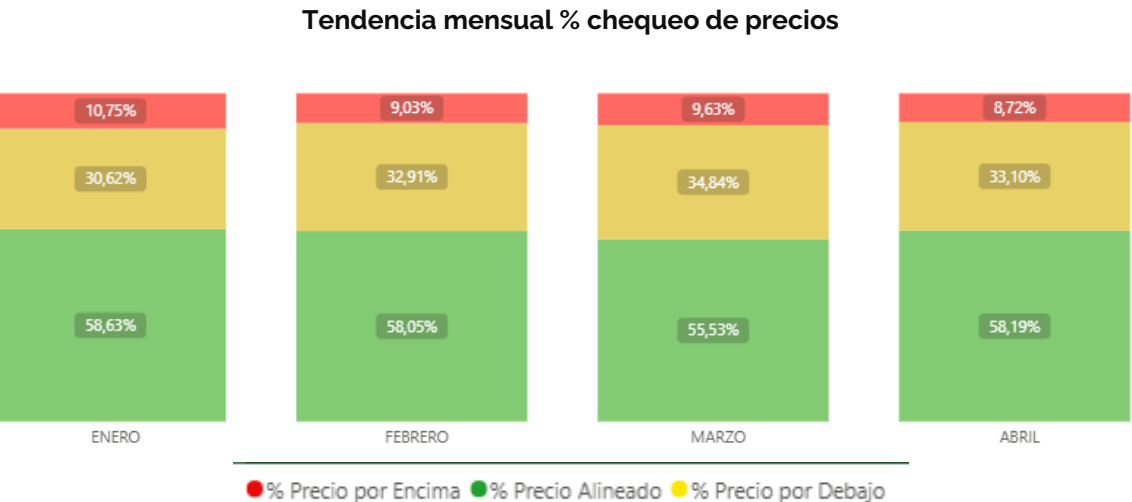
Tendencia mensual % captura chequeo de precios



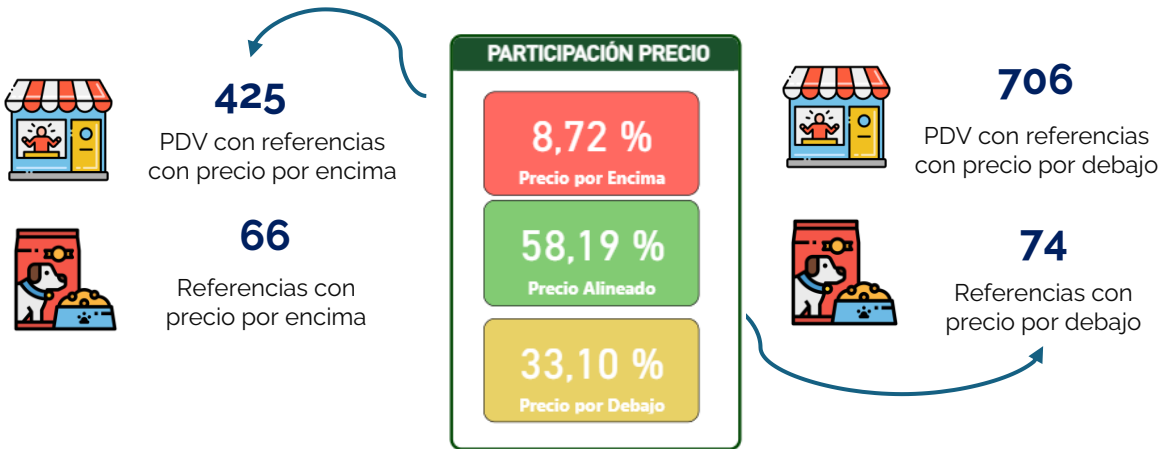
Pdv capturados por canal Abril 2025



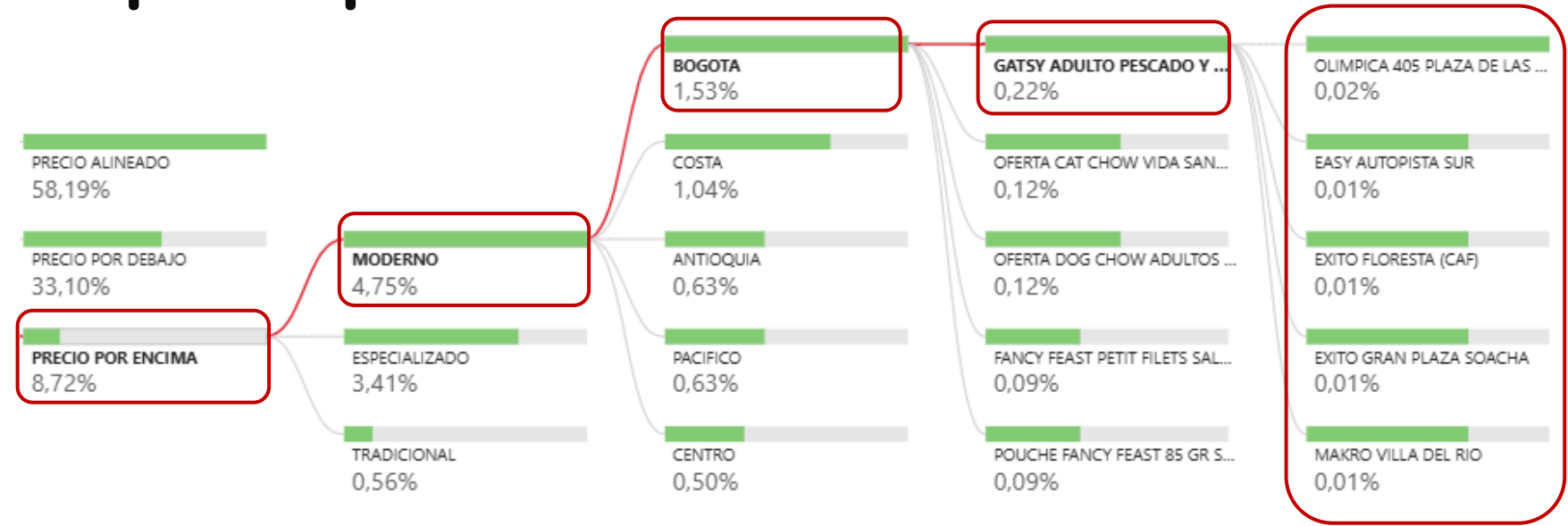
Tendencia mensual % chequeo de precios



Adherencia de precios Abril 2025



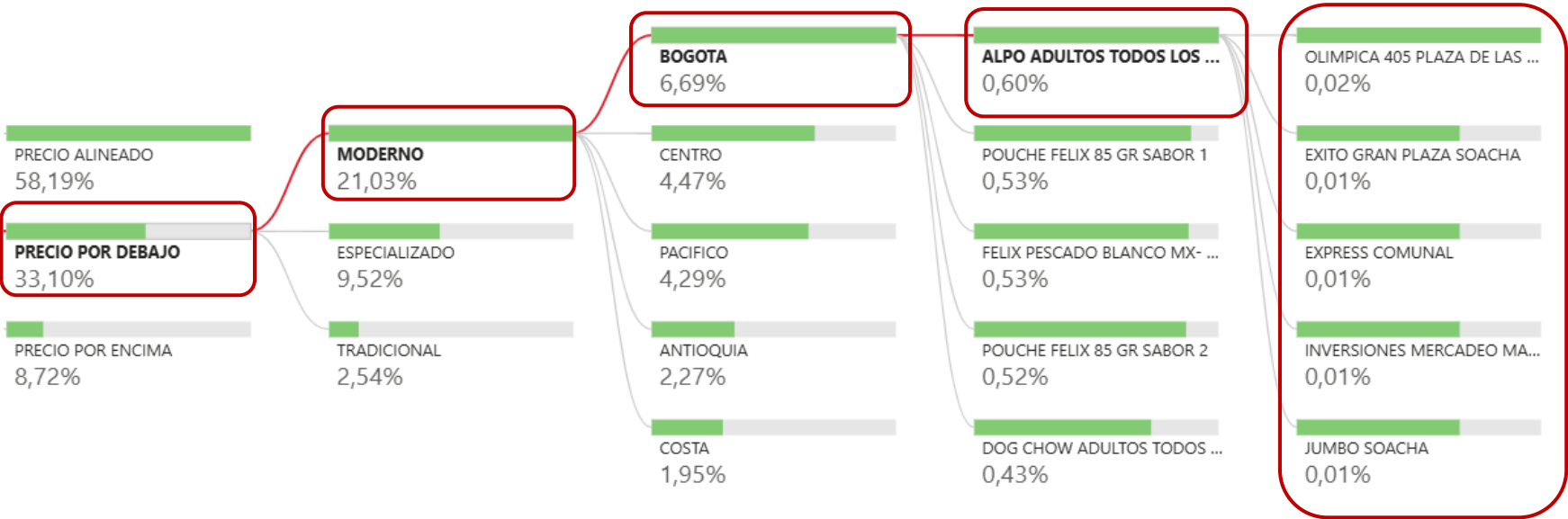
Chequeo de precios



PRECIO POR ENCIMA ABRIL 2025



En cuanto al precio por encima, el canal con mayor participación es el **moderno** principalmente en la regional de **Bogotá** en la referencia de **Gatsy Adulto Pescado y Salmón** a la primavera 1,5 kg.



PRECIO POR DEBAJO ABRIL 2025



En cuanto al precio por debajo, el canal con mayor participación es el **moderno** principalmente en la regional de **Bogotá** en la referencia de **Alpo adultos todos los tamaños 2KG**

Ejecución por cadena Abril 2025



27 (96%)

Exh. Impl.



90 (90%)

Exh. Impl.



15 (100%)

Exh. Impl.



11 (100%)

Exh. Impl.



103 (76,3%)

Exh. Impl.



26 (100%)

Exh. Impl.



2 (100%)

Exh. Impl.



1 (20%)

Exh. Impl.

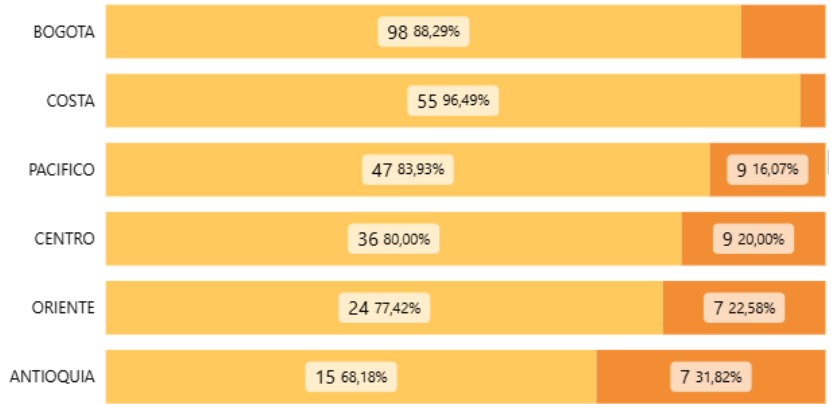
Ejecución Abril 2025



El 15% de las exhibiciones negociadas fueron marcadas como **NO IMPLEMENTADAS**. El **100%** de las exhibiciones fueron **GESTIONADAS**

Ejecución por regional Abril 2025

● Implementadas ● No Implementadas ● No Ejecutadas



Desde el mes de Marzo se ha focalizado al equipo en gestionar todas las exhibiciones independientemente de los cambios de ruta, por ende, este módulo ha sido gestionado en un 100%

Exhibiciones negociadas Abril 2025

Participación por tipo de exhibición Abril 2025



Mueble
18,91%



Rejilla
32,73%



Punta de góndola
12,36%



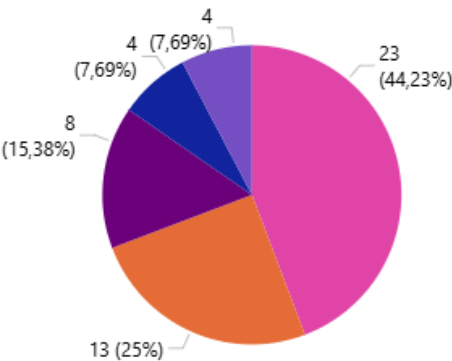
Chimenea
8,36%



Otros
27,64%

Causales de no Implementación Abril 2025

CAUSALES NO IMPLEMENTACIÓN



- Causal
- PDV NO TIENE NEGOCI...
- INVENTARIO INSUFICIE...
- PDV NO PERMITE IMPL...
- FIN DE LA VIGENCIA
- PDV SIN ESPACIO PARA I...
- ERROR EN LA PLATAFOR...

47
No Implementadas



Amarre Excellent + Dentalife o Beggin



416

PDV impactados



78

Personas involucradas



Especializado

Canal



40

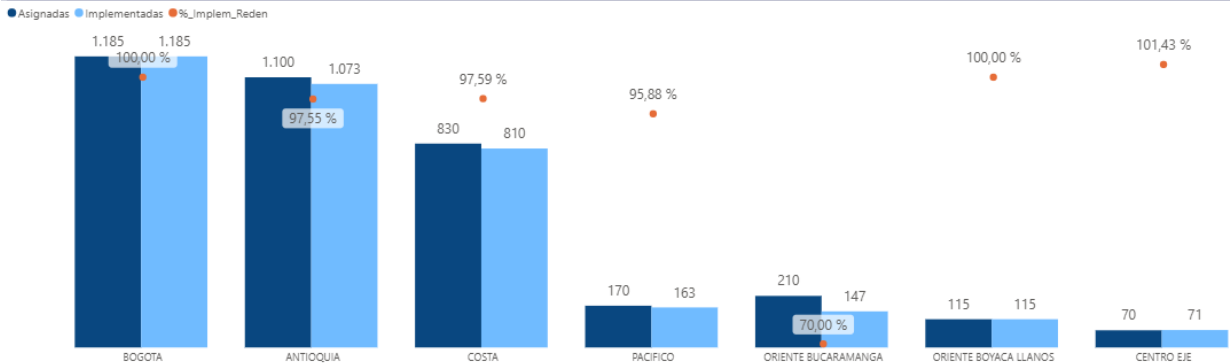
Poblaciones



96,85%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA



Aspectos Positivos:



- La acción ha sido muy llamativa para los clientes, ya que se percibe un **beneficio económico tangible**.
- Permitió dar a conocer nuestros snacks a nuevos consumidores, especialmente aquellos que aún no los conocían.
- Al adquirir un producto con precio reducido, los clientes se llevan un snack de excelente calidad para sus mascotas, lo cual ha generado una respuesta muy positiva.
- La dinámica **ayudó a rotar inventario antiguo** en los puntos de venta, renovando la oferta disponible.

Aspectos Negativos:



- Los shoppers perciben el **amarre con Beggin como más atractivo** en comparación con Dentalife.
- Mencionan que a las mascotas les agrada más el producto Beggin, lo cual influye positivamente en la decisión de compra.



Amarre Pouches Pro Plan Enero



368

PDV impactados



66

Personas involucradas



Especializado

Canal



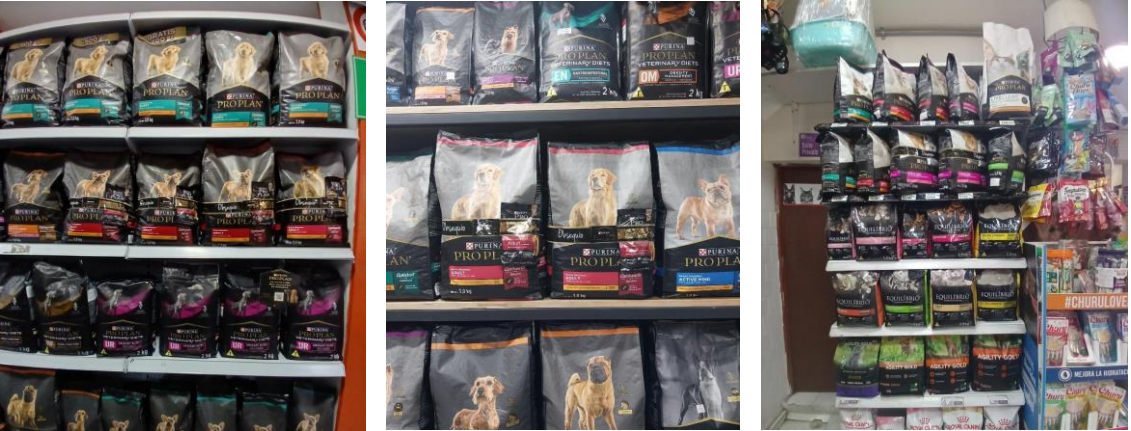
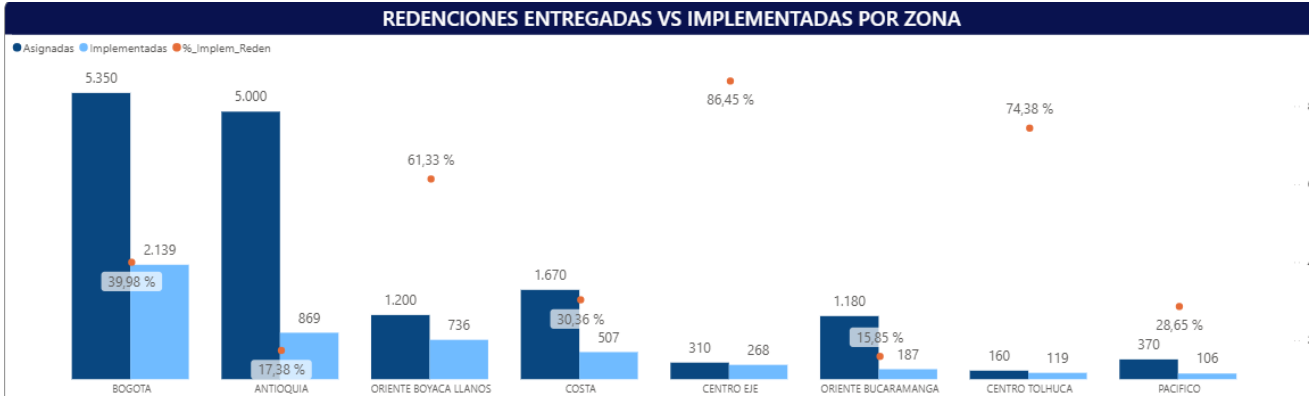
46


Poblaciones



32,36%


% de implementación





Aspectos Positivos:

- En los puntos de venta donde se ha podido implementar, la acción ha sido muy bien recibida por los clientes.
- Ha brindado la oportunidad de **dar a conocer nuestro alimento húmedo**, tanto para perro como para gato, ampliando así el alcance de nuestras categorías.



Aspectos Negativos:

- Aunque la dinámica ha sido bien recibida por los clientes, su **implementación ha avanzado lentamente** debido a que en el 90% de los puntos de venta atendidos por V&M ya se encuentra activa la promoción "**Gana al Instante**". Dado que ambas dinámicas no pueden convivir en un mismo punto de venta, la cobertura de la nueva acción se ha visto considerablemente limitada.
- En la mayoría de los casos, la ejecución se ha logrado a través del **equipo de mercaderistas en puntos fuera del panel regular**.



Armado PPVD DRY + WET



123
PDV impactados



44
Personas involucradas



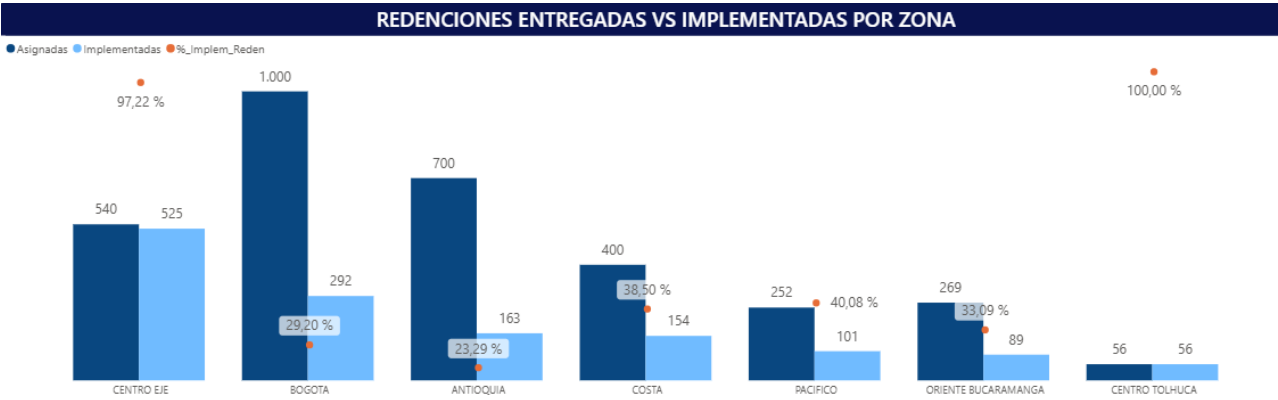
Especializado
Canal



24
Poblaciones



42,90%
% de implementación



Aspectos Positivos:



- El uso del amarre ha contribuido a que el producto tenga **mayor visibilidad** en el lineal.
- Se generó **mayor rotación del producto**, especialmente en Bogotá. Esto llevó a una mayor solicitud de pedidos por parte de los ejecutivos.
- La dinámica ayudó a asegurar y ganar espacios adicionales en el punto de venta.
- La interacción constante permitió establecer **mejores relaciones con los encargados** de los PDV

Aspectos Negativos:



- La **falta de inventario en la mayoría de los PDV** ocasionó que la dinámica no se implemente con celeridad.
- Baja rotación** en algunos puntos debido al bajo inventario
- Distribuidores** ejecutando la misma actividad
- Necesidad de re-procesos y visitas adicionales:** En Bogotá, la falta de inventario obligó a hacer más de una visita para completar la implementación, afectando la eficiencia operativa.

Gana al instante 2025: Obsequios



274

PDV impactados



70

Personas involucradas



Especializado

Canal



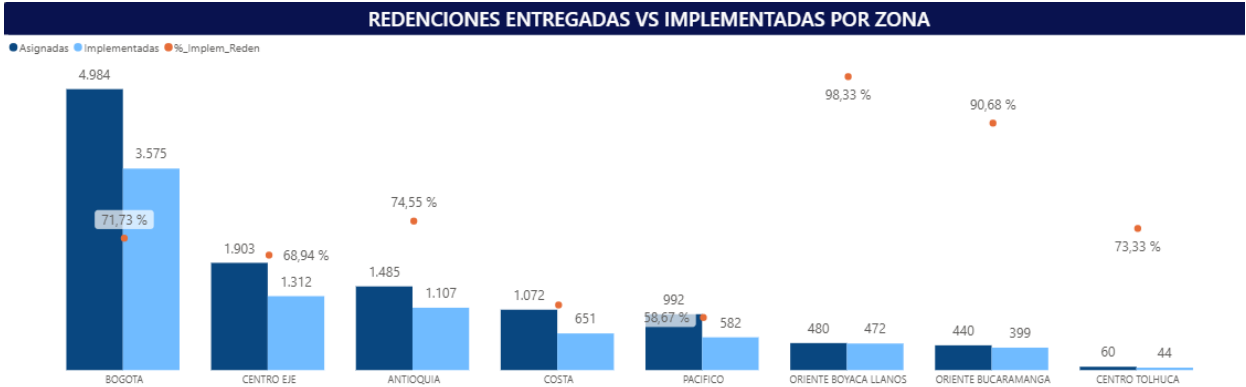
41

Poblaciones



71,32%

% de implementación



Aspectos Positivos:



- **Contenedores muy bien recibidos:** Gustaron tanto al cliente final como a los puntos de venta.
- **Mayor rotación:** Superaron el desempeño de obsequios anteriores.
- **Mejores espacios en PDV:** La actividad permitió ganar más visibilidad en el punto de venta.
- **Obsequio útil:** Los contenedores fueron percibidos como un incentivo funcional y atractivo.

Aspectos Negativos:



- **Actividad incompleta al inicio (Oriente):** Algunos obsequios y materiales POP no llegaron a tiempo, lo que retrasó la implementación.

Bandeja Wet Tradicional



50

PDV impactados



15

Personas involucradas



Tradicional

Canal



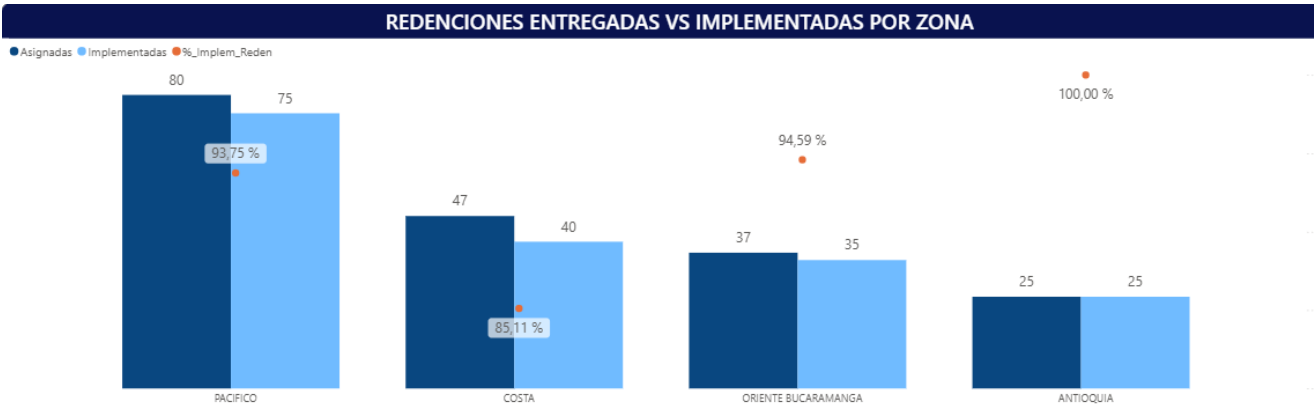
16

Poblaciones



92,59%

% de implementación



Aspectos Positivos:

- Las bandejas permiten que el **lineal se vea visualmente organizado**, facilitando una mejor experiencia de compra.
- Son especialmente **útiles para productos húmedos en presentación individual**, ya que, al no venir en caja, tienden a caerse si no están bien contenidos. Las bandejas resuelven este problema al mantenerlos de pie y accesibles.



Aspectos Negativos:

- En algunos puntos de venta **no permiten su instalación** debido a que son muy anchas y ocupan más espacio del lineal disponible.
- La complejidad en el armado** representa una barrera: requiere aplicar fuerza considerable para encajar las piezas.
- El material es rígido, lo que puede **generar molestias o lesiones menores** en las manos del personal encargado de su armado.



Plan Pega Tradicional Cat Chow * 200Gr



21

PDV impactados



10

Personas involucradas



Tradicional

Canal



11

Poblaciones

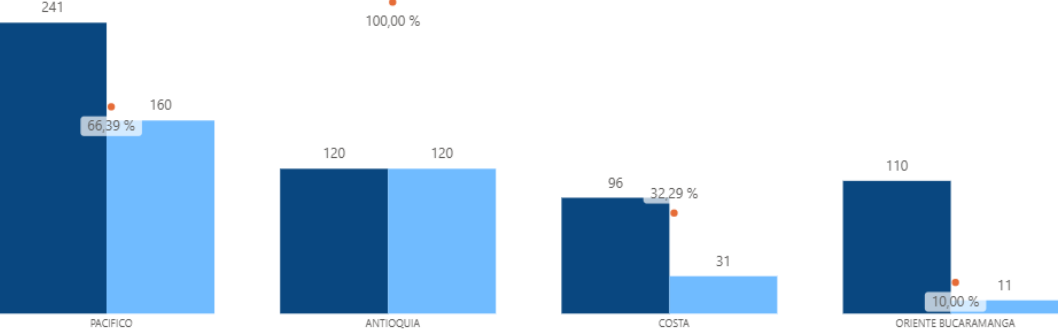


56,79%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



Aspectos Positivos:



- La dinámica **llama la atención en el punto de venta** y se percibe claramente el beneficio económico, lo cual facilita la decisión de compra.
- Los shoppers **confían en la marca**, por lo que al identificar el ahorro, **lo llevan sin dudar**.
- El amarre ha demostrado **una excelente rotación**, confirmando su efectividad como herramienta de impulso en el lineal.

Aspectos Negativos:



- No todos los puntos de venta manejan la referencia de 1.5 kg, lo que **limitó la implementación del amarre** en algunos lugares.
- En muchos casos, **no se contaba con stock de esta presentación al inicio de la dinámica**, por lo que fue necesario esperar reposición para poder continuar con la ejecución.



Balconeras y Ristras Promo Corporativa



148

PDV impactados



56

Personas involucradas



Moderno

Canal



40

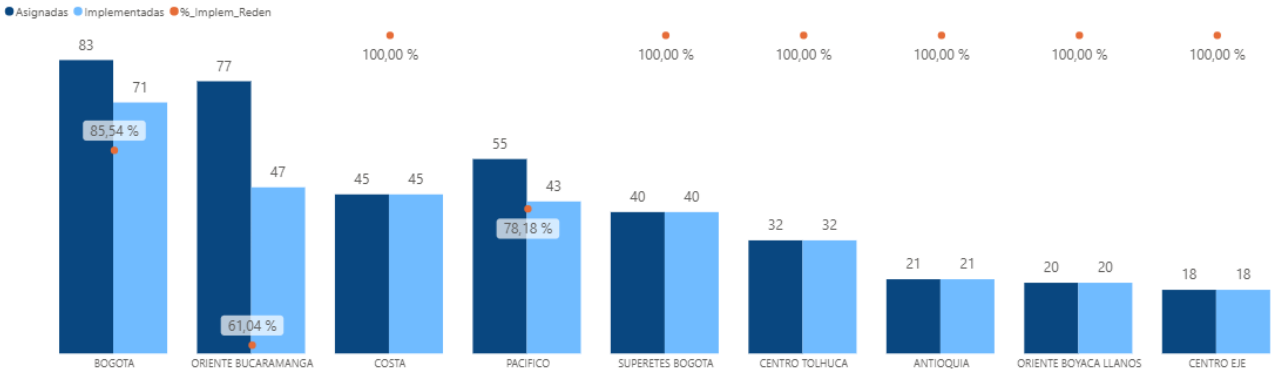
Poblaciones



86,19%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA



Aspectos Positivos:

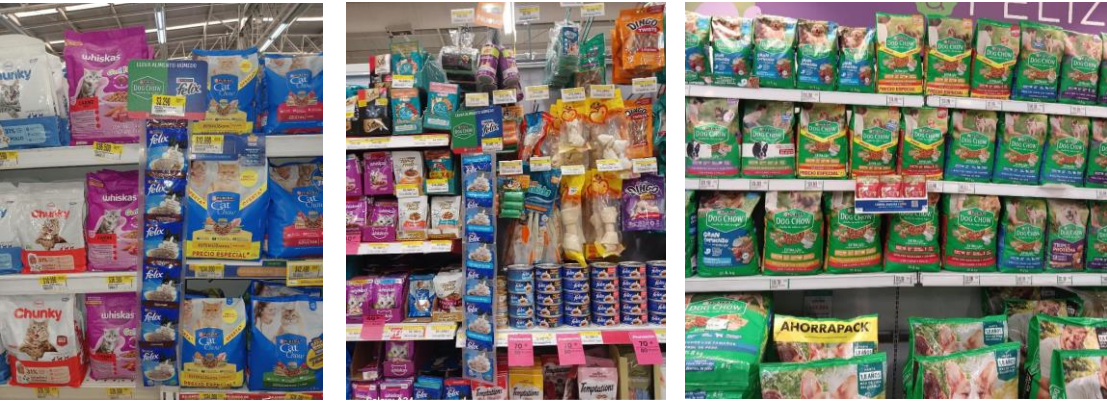


- Las ristras lograron implementarse correctamente en los puntos de venta y han demostrado un **buen nivel de rotación**.
- Se consolidaron como una estrategia efectiva de exhibición, **incentivando la venta cruzada y contribuyendo al incremento del sell out**.

Sugerencias:



- En algunas tiendas, la implementación no se logró con la agilidad esperada debido a la **falta de aprobación oportuna vía correo** por parte de los responsables del punto de venta.



Bandeja Wet OXXO



100

PDV impactados



25

Personas involucradas



Moderno

Canal



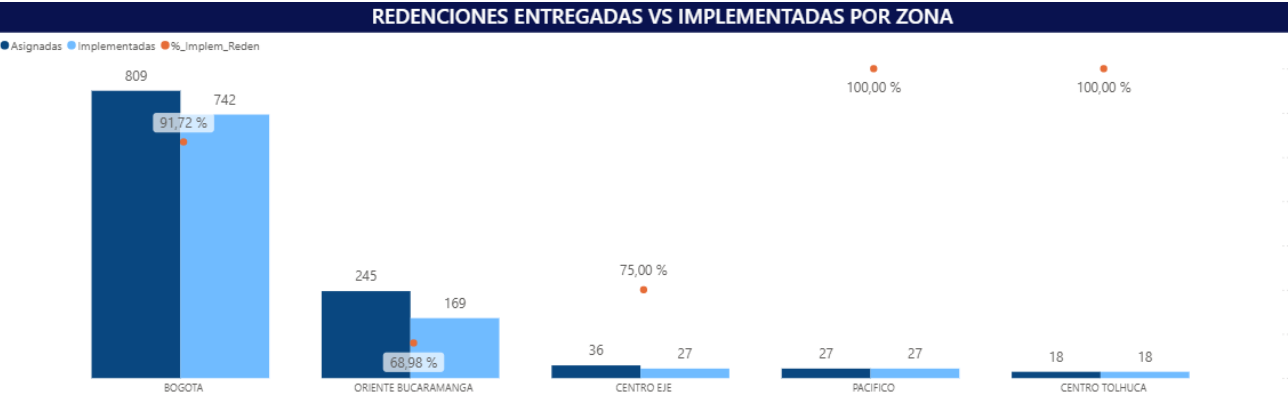
5


Poblaciones



87,40%


% de implementación






Aspectos Positivos:

- La estrategia permite delimitar espacios en el punto de venta, lo que **ordena visualmente el área asignada**.
- Mejora la exhibición del producto, facilitando su identificación por parte del shopper.
- Resalta la presencia de la marca, **aumentando su visibilidad y recordación**.



Aspectos Negativos:

- En algunos puntos de venta, **el material no se ajustó perfectamente a los muebles disponibles**, por lo que fue necesario realizar adaptaciones menores, como doblarlo ligeramente, para lograr su correcta instalación.



Sugerencias:

- Asegurar la disponibilidad constante de producto** en el punto de venta, con el fin de mantener la bandeja siempre surtida y garantizar su efectividad como elemento de exhibición y conversión.

Plan pega Carros Mercamio



6

PDV impactados



4

Personas involucradas



Moderno

Canal



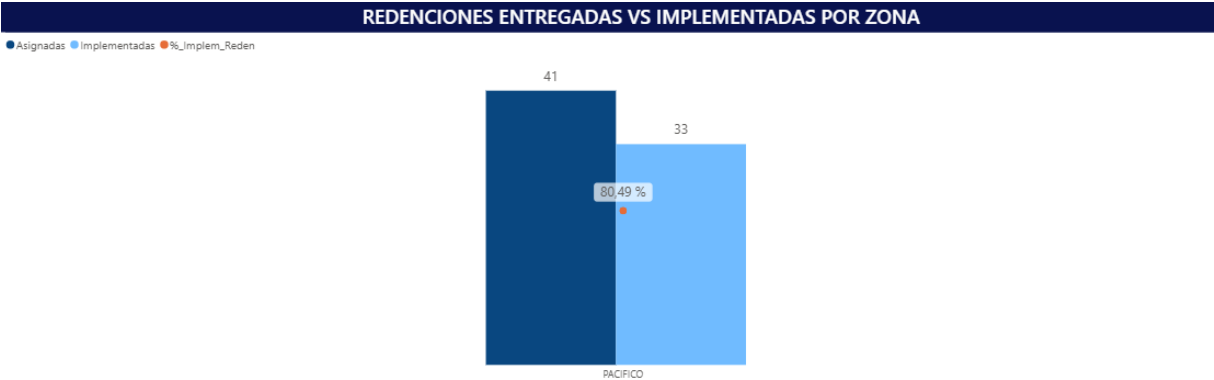
1

Poblaciones



80,49%

% de implementación



Aspectos Positivos:

- **Carro atractivo para el cliente:** Llama la atención en el punto de venta.
- **Aumento en la rotación:** Ha impulsado la salida de productos con altos días de inventario.

Reunión de ciclo Abril



Gracias