

INFORME DE GESTIÓN

JUNIO 2024

TABLA DE CONTENIDO

1. COBERTURA Y FRECUENCIA
2. AGOTADOS
3. VENCIMIENTOS
4. CHEQUEO DE PRECIO
5. EXHIBICIONES NEGOCIADAS



1. COBERTURA Y FRECUENCIA

COBERTURA PDV - TOTAL

COBERTURA POR REGIONAL

REGIONAL	MAYO	JUNIO
PACIFICO	97%	98%
CENTRO	93%	90%
BOGOTA	89%	89%
ANTIOQUIA	89%	91%
ORIENTE	85%	79%
COSTA	85%	74%

De Mayo a Junio se evidencia una disminución en el porcentaje de cobertura, principalmente en las regionales de **COSTA y ORIENTE**, las cuales fueron las que tuvieron un cumplimiento por debajo al 80% y disminuyeron con respecto a Mayo, un **11%** y **6%** respectivamente.

COBERTURA POR CANAL

Los tres canales presentaron disminución en el % de cobertura con respecto al mes de Mayo.

CANAL	MAYO	JUNIO
MODERNO	92%	88%
TRADICIONAL	90%	84%
ESPECIALIZADO	85%	84%



Exportable de Detalle de cobertura: [DETALLE COBERTURA JUNIO.xlsx](#)

86% de cumplimiento de cobertura en el mes de Junio, con 2.281 PDV visitados al mes, y 365 PDV pendientes por visitar.



Los 365 Puntos De Venta pendientes por visitar, están distribuidos por regional y por canal, representados en número, de la siguiente manera:

REGIONAL	ESPECIALIZADO	MODERNO	TRADICIONAL	TOTAL
ANTIOQUIA	3	16	0	19
BOGOTA	36	42	0	78
CENTRO	20	12	11	43
COSTA	37	75	24	136
ORIENTE	56	15	11	82
PACIFICO	1	3	3	7
TOTAL	153	163	49	365

FRECUENCIAS - TOTAL

74% de cumplimiento de frecuencias en el mes de Junio, con 7.629 visitas realizadas al mes de un objetivo de 10.372 frecuencias.



Del total de 7.629 visitas realizadas, 1.134 frecuencias fueron programadas como **extra ruta** y 6.495 fueron gestionadas por **plano**, es decir, fueron rutas cargadas previamente.

ORIGEN	VISITAS REALIZADAS
EXTRA RUTA	1.134
PLANO	6.495



Exportable de Detalle de frecuencia: [DETALLE FRECUENCIA JUNIO.xlsx](#)

FRECUENCIA POR REGIONAL

REGIONAL	MAYO	JUNIO
PACIFICO	87%	81%
CENTRO	92%	82%
BOGOTA	77%	66%
ANTIOQUIA	82%	80%
ORIENTE	78%	71%
COSTA	82%	68%

Todas las regionales presentan una oportunidad de mejora ya que no representaron ningún crecimiento con respecto al mes pasado en el % de cumplimiento de frecuencias.

Sin embargo, Bogotá es la regional con mayor oportunidad, ya que decreció un 11% en el cumplimiento en frecuencias.

FRECUENCIA POR CANAL

Adicional, el canal tradicional y especializado son los canales con mayor oportunidad, en cumplimiento de frecuencias, ya que no han superado el 80% de cumplimiento y en Junio decrecieron en un 9% y 7% respectivamente.

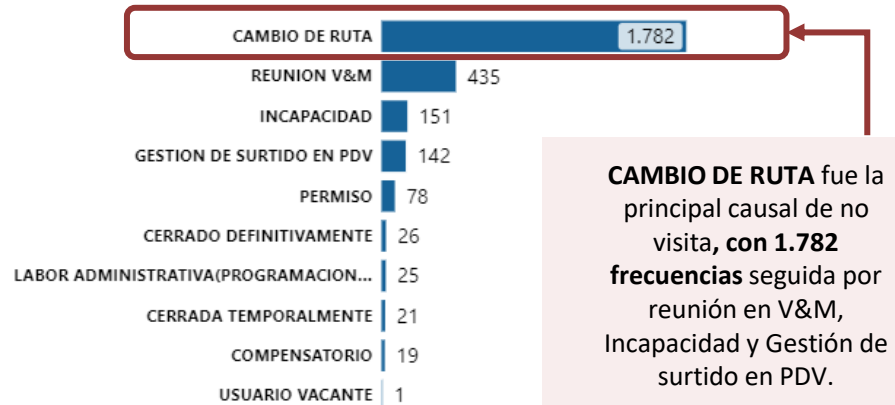
El canal moderno fue el canal con mayor decrecimiento con un 13% con respecto a Mayo.

CANAL	MAYO	JUNIO
MODERNO	88%	75%
TRADICIONAL	79%	70%
ESPECIALIZADO	79%	72%

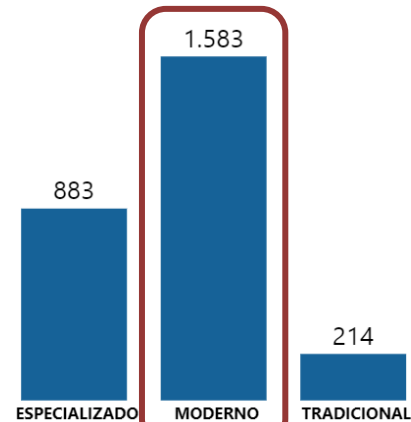
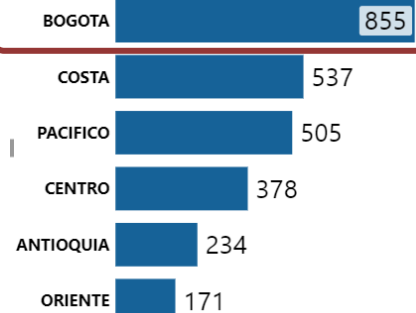
1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS – CAUSALES DE NO VISITA

CAUSALES DE NO VISITA

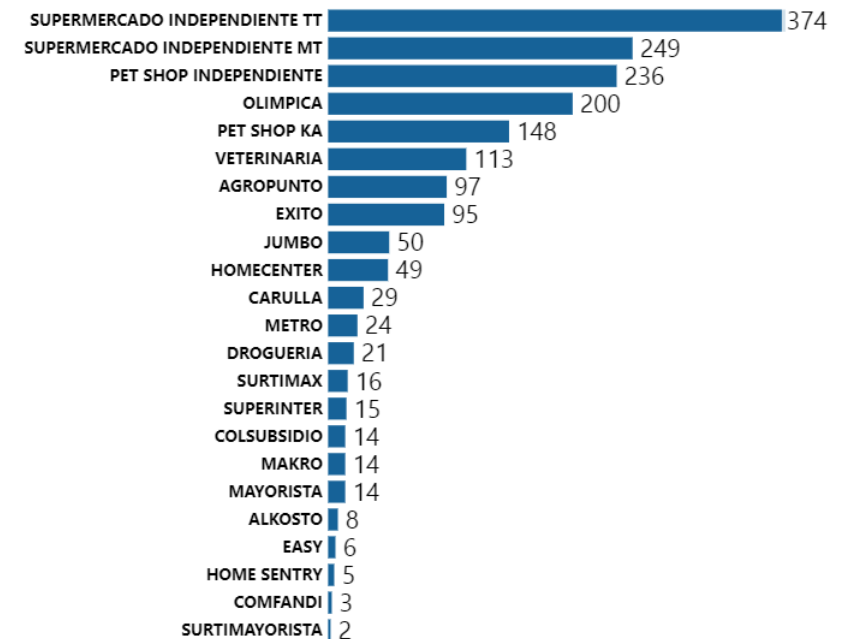


Bogotá fue la regional con mayor número de frecuencias en estado **NO VISITADO** con **855** visitas. La principal causal fue por **cambio de ruta**, siendo 577 para Bogotá, 336 para Costa y 341 Pacífico.



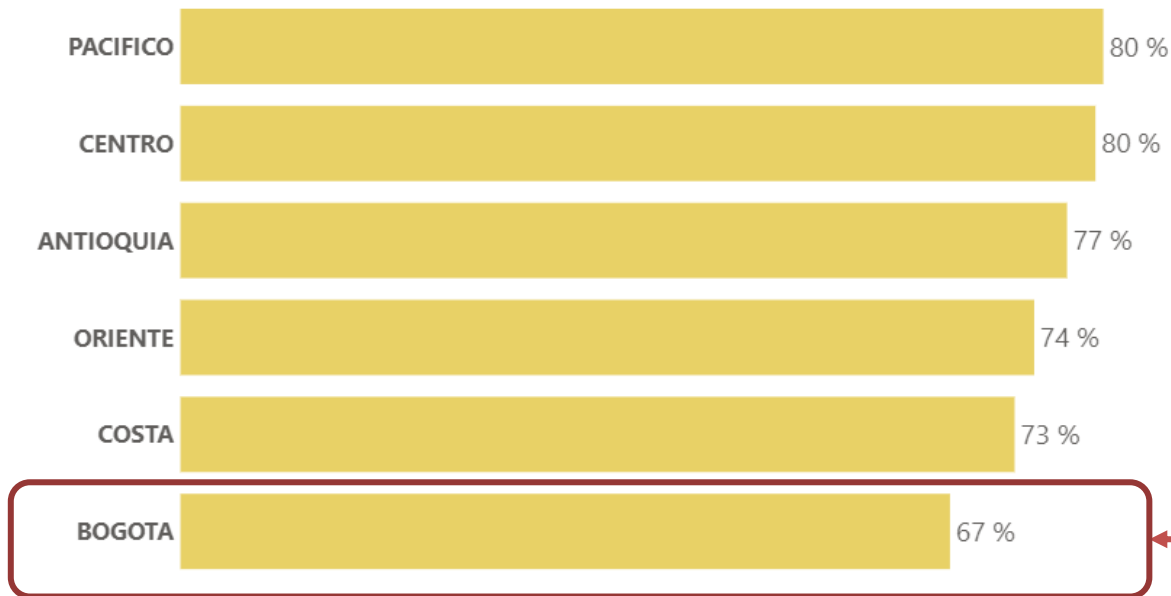
El canal moderno tuvo el mayor número de frecuencias capturadas como **NO VISITADO** con un total de **1.583** visitas. **1.058** frecuencias no se gestionaron debido al **CAMBIO DE RUTA**.

Las frecuencias marcadas como **NO VISITADO**, por cambio de ruta, se distribuyen por **Formato** de la siguiente manera:



1. COBERTURA Y FRECUENCIA

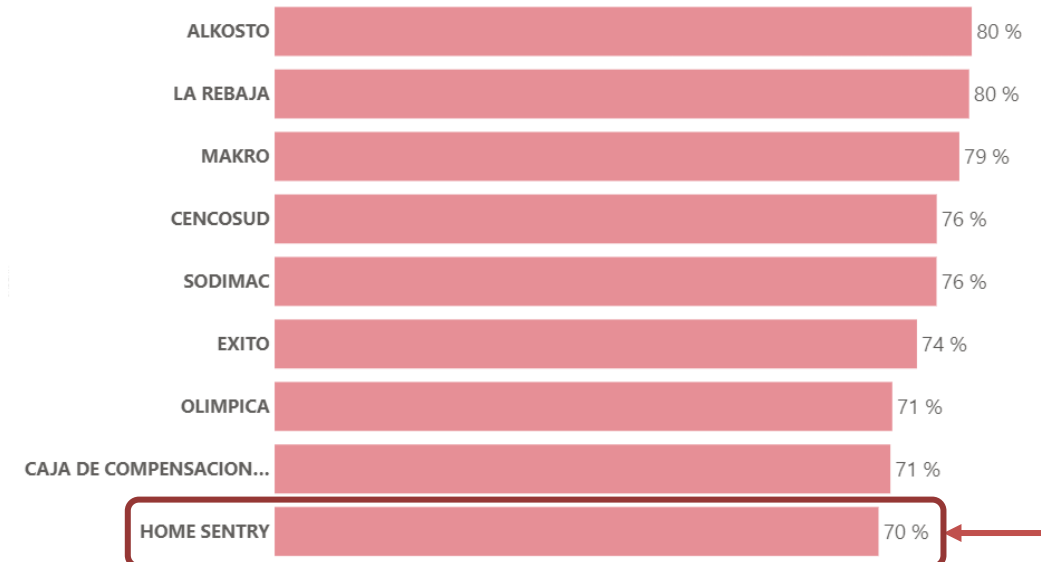
FRECUENCIAS – CADENAS



Las regional **Bogotá** es la regional con más oportunidad en el cumplimiento de frecuencias en el canal Moderno con el formato de cadenas, **con cumplimiento menor al 70%.**

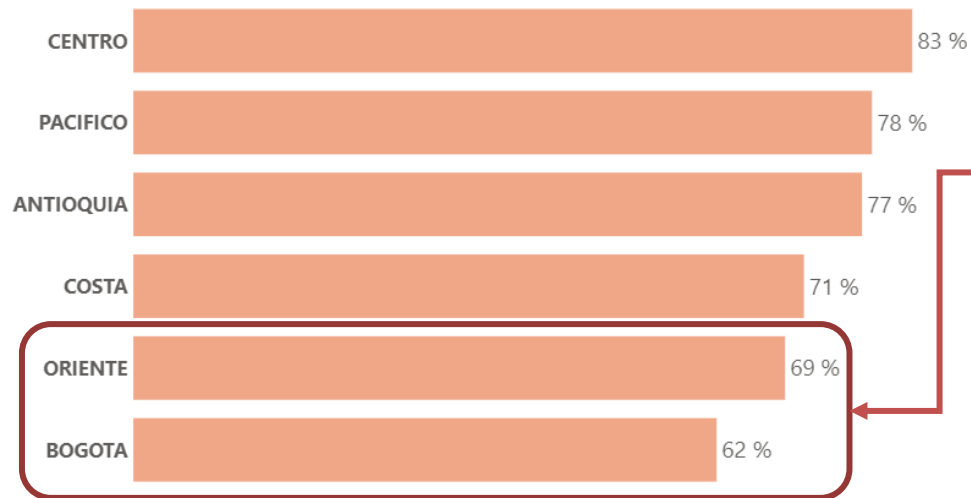


La cadena con menor porcentaje de participación en frecuencias es **HOME SENTRY** con un porcentaje del **70%**. Adicional de las cadenas Caja de Compensación, Olímpica, Éxito, Sodimac, Cencosud y Makro con cumplimientos menores al **80%**.



1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS – FORMATO AGRO/PSHOP/VET

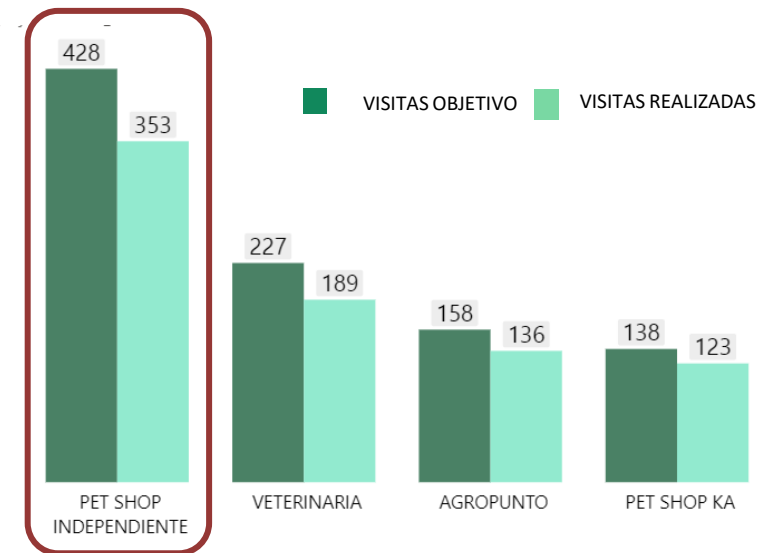


Bogotá y Oriente son las regionales con mayor oportunidad debido a que son las que tiene el menor porcentaje de cumplimiento de frecuencias, por debajo del **70%**.

Luego de Bogotá y Oriente, las regionales **Costa, Antioquia y Pacifico** son las siguientes con una oportunidad de mejora ya que tienen **cumplimientos de frecuencias menores al 80%**.

Bogotá es la regional con mayor número de visitas programadas para el mes de Junio, sin embargo, de las **992 frecuencias objetivo**, solamente se realizaron **614 visitas**, lo que representa el **62% en cumplimiento de frecuencias**.

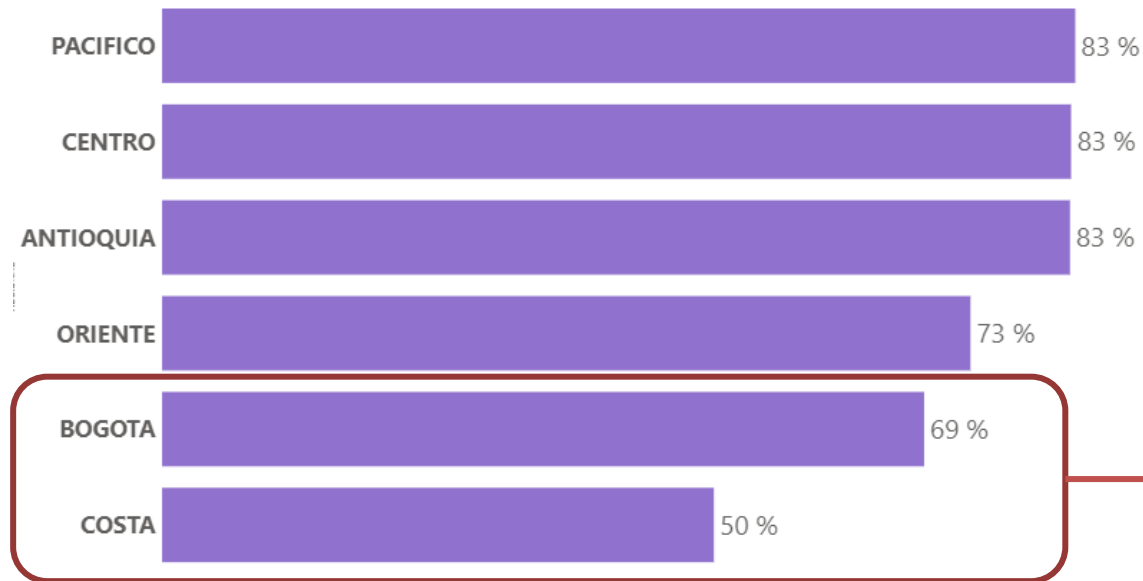
REGIONAL	OBJETIVO FRECUENCIAS	VISITAS REALIZADAS
PACIFICO	481	377
CENTRO	588	486
BOGOTA	992	614
ANTIOQUIA	388	300
ORIENTE	710	491
COSTA	520	370



El formato con mayor porcentaje de cumplimiento fue **PET SHOP KA Y AGROPUNTO** con un cumplimiento del **89% Y 86%** respectivamente. El formato **PETSHOP INDEPENDIENTE**, con **75 visitas pendientes por gestionar**, fue el formato con menor porcentaje de cumplimiento del **82%**.

1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS – FORMATO SUPERETES



Las regionales **Costa y Bogotá** son las regionales con más oportunidad en el cumplimiento de frecuencias en el formato de **SUPERETES** con **cumplimientos menores al 70%**.



Bogotá es la regional con mayor número de visitas programadas para el mes de Junio, sin embargo, de las **1.074 frecuencias objetivo**, solamente se realizaron **744 visitas**, lo que representa el **69% en cumplimiento de frecuencias**.

REGIONAL	OBJETIVO FRECUENCIAS	VISITAS REALIZADAS
PACIFICO	842	699
CENTRO	691	571
BOGOTA	1074	744
ANTIOQUIA	418	345
ORIENTE	430	316
COSTA	305	153

Novedades cobertura y frecuencia Costa:

Teniendo en cuenta que Costa fue la regional con menor % de cobertura y frecuencia y tuvo el mayor número de PDV pendientes por cubrir (136), a continuación, se relacionan las novedades presentadas a lo largo del mes que explican este resultado:



Hubo 3 personas en curso de alturas desde el 12 hasta el 14 de junio.



Se dejó de cubrir PDV por cambios de ruta solicitados por los ejecutivos debido a eventos realizados en canal especializado.



Las fuertes lluvias en las ciudades afectaron la movilización del personal en campo, principalmente, del sábado 15 de Junio



Se dejan de cubrir PDV por reestructuración de rutas solicitado por los ejecutivos con el fin de que el equipo se enfocara en diversos PDV debido a visita internacional.



Programación de rutas con más de 6 PDV en el día, y no se alcanzaron a cubrir.



Paro por transporte y de fluido eléctrico, lo que generó el cierre de vías principales.

Novedades frecuencia Bogotá:

Teniendo en cuenta que Bogotá fue la regional con menor % de frecuencia, a continuación, se relacionan las novedades presentadas a lo largo del mes que explican este resultado:



4 personas en curso de alturas del 12 al 14 de Junio del canal Moderno de Mercadeo.



Incapacidad de 2 personas en canal moderno de Impulso, 1 se incapacitó Viernes 14 y sábado 15 y la otra persona, Viernes 14, sábado 15 y domingo 16.



1 Vacante en canal tradicional de mercadeo zona Facatativá, Funza, Mosquera que se cubrió a partir del 19 de junio.



1 vacante en Impulso Estándar de canal moderno que cubre los PDV Jumbo Santa Fe y Jumbo Suba)



1 vacante en Corabastos y 1 vacante en Impulso Asesor Junior en canal especializado.



1 persona con días de incapacidad: Desde el 30 de Mayo al 10 de Julio

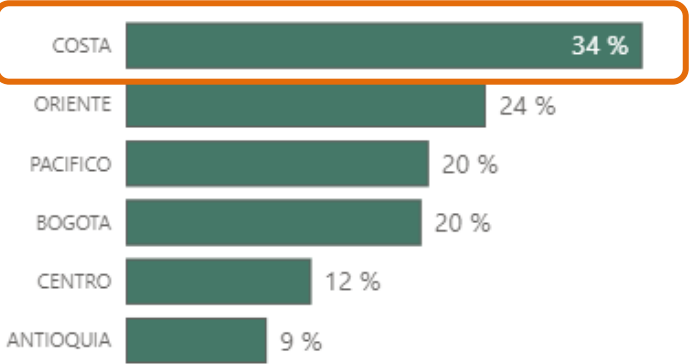
AGOTADOS - TOTAL



Importante revisar que el portafolio de infatables esté actualizado.



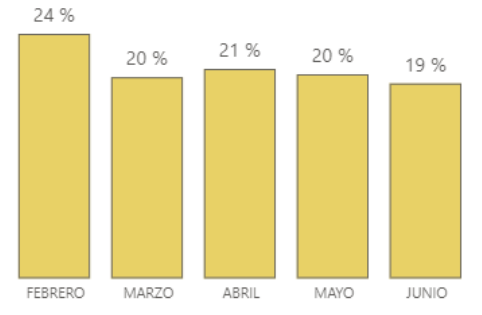
AGOTADOS POR REGIONAL



En Junio, la regional con mayor número de agotados fue Costa, con un porcentaje del 34%. Se presenta una disminución del 17% con respecto al mes anterior, ya que se filtra lo NO CODIFICADO, que no hace parte de agotados.

AGOTADOS POR MES

Durante el transcurso de los meses, el % de agotado se ha mantenido en un promedio del 20%.

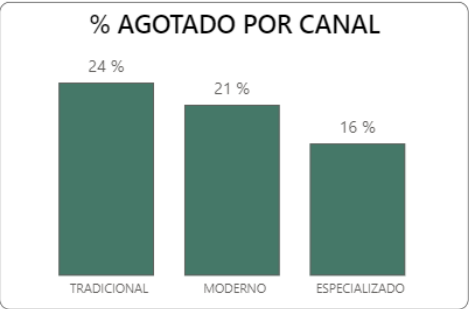


AGOTADOS POR REGIONAL

Con respecto al mes anterior, en **Bogotá y Oriente**, el % de agotado incrementó en un **3%** y **1%** respectivamente. En las regionales de **Centro y Antioquia**, se redujo significativamente su % de agotados en un **5%** y **6%**.

REGIONAL	JUNIO	MAYO	ABRIL
PACIFICO	20%	22%	22%
CENTRO	12%	17%	19%
BOGOTA	20%	17%	19%
ANTIOQUIA	9%	15%	14%
ORIENTE	24%	23%	23%
COSTA	24%	31%	29%

AGOTADOS POR CANAL

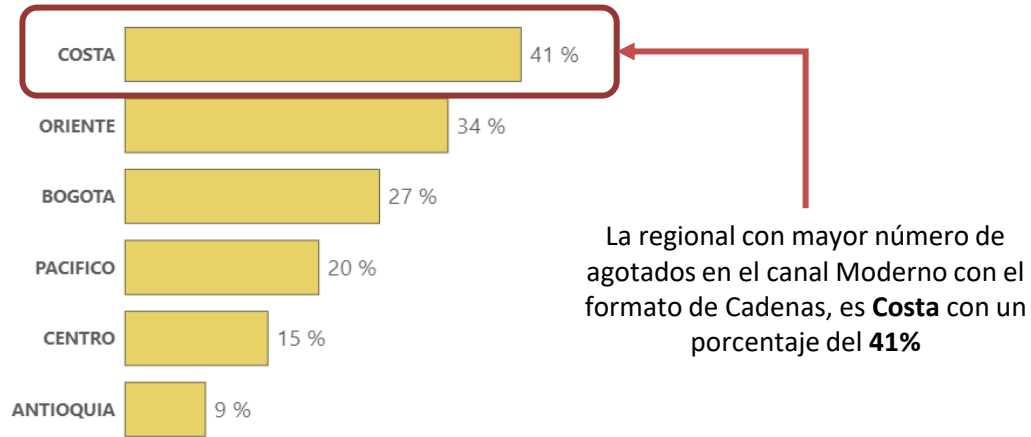


El canal con mayor oportunidad de mejora es el **canal Tradicional**, ya que en Junio, tuvo el mayor porcentaje de Agotados con un 24%

CANAL	JUNIO	MAYO
MODERNO	21%	21%
TRADICIONAL	24%	27%
ESPECIALIZADO	16%	18%

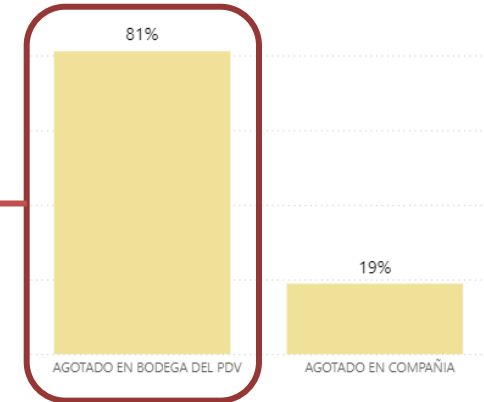
AGOTADOS - CADENAS

AGOTADOS POR REGIONAL



CAUSALES DE AGOTADOS

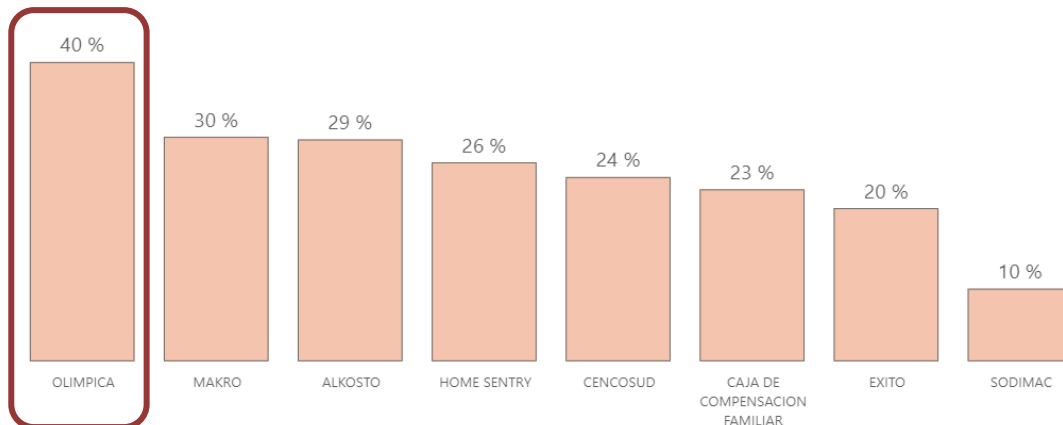
En cadenas, la principal causal de agotados fue **AGOTADO EN BODEGA DEL PDV** con un porcentaje del 81%.



26%

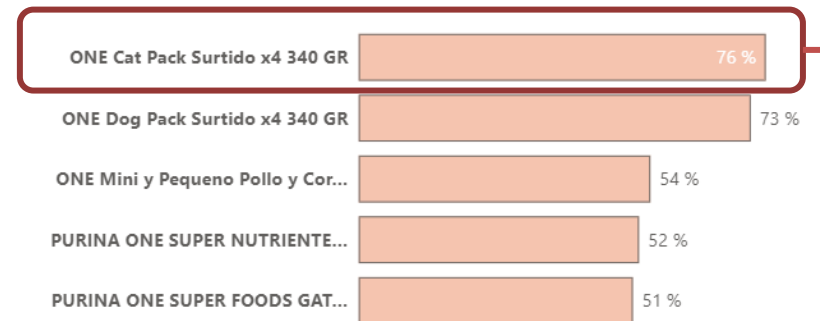
% AGOTADO EN CADENAS

AGOTADOS POR CADENA



La cadena con mayor % de agotados en Junio con un porcentaje de **40%** fue Olímpica.

TOP 5 AGOTADOS POR PRODUCTO

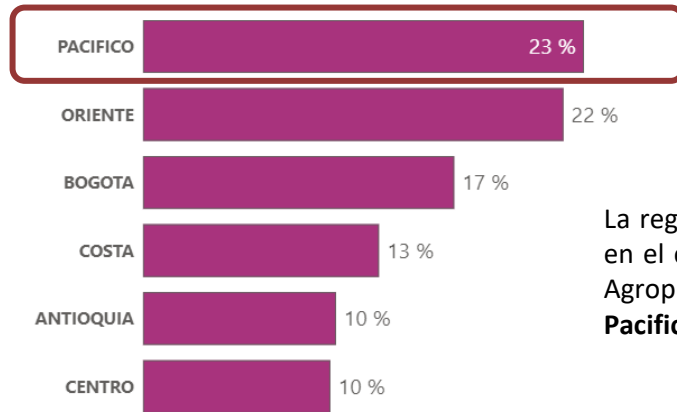


El SKU con mayor % de agotado en Cadenas, fue **One Cat Pack Surtido x4 340 GR** con un **76%**.

2. AGOTADOS

AGOTADOS - FORMATO AGRO/PSHOP/VET

AGOTADOS POR REGIONAL

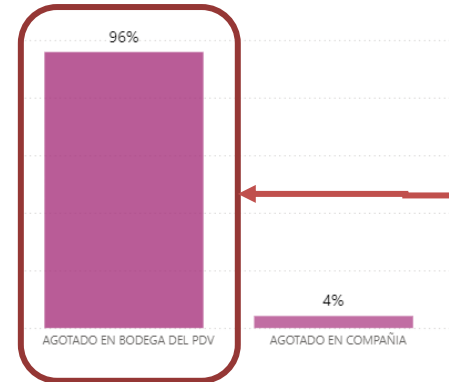


La regional con mayor número de agotados en el canal Especializado con el formato de Agropuntos, Pet Shop y Veterinarias, es **Pacífico** con un porcentaje del **23%**

16%

% AGOTADO PS

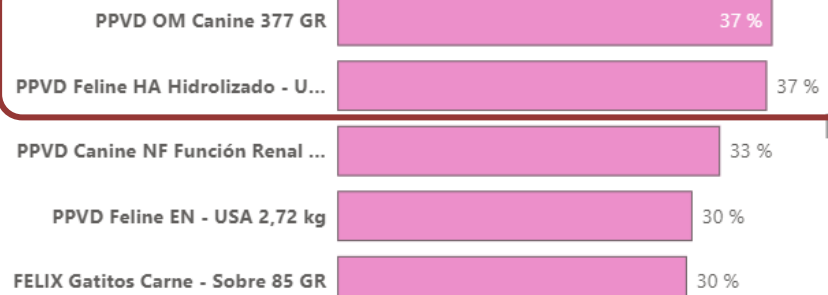
CAUSALES DE AGOTADOS



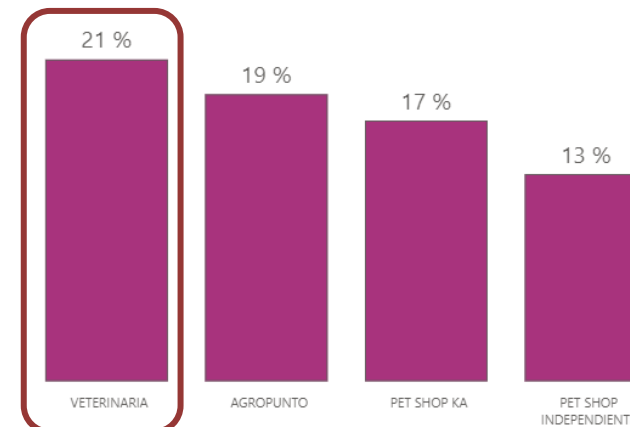
En el formato de Agro/Pshop/Vet la causal de agotado con mayor participación fue **AGOTADO EN BODEGA DEL PDV** con un **96%**.

TOP 5 PRODUCTOS AGOTADOS

El SKU con mayor % de agotado en el formato de Agropunto, Pet Shop y Veterinarias, fue **PPVD OM CANINE 377 GR** y **PPVD FELINE HA HIDROLIZADO USA 1,81 KG** con un **37%**



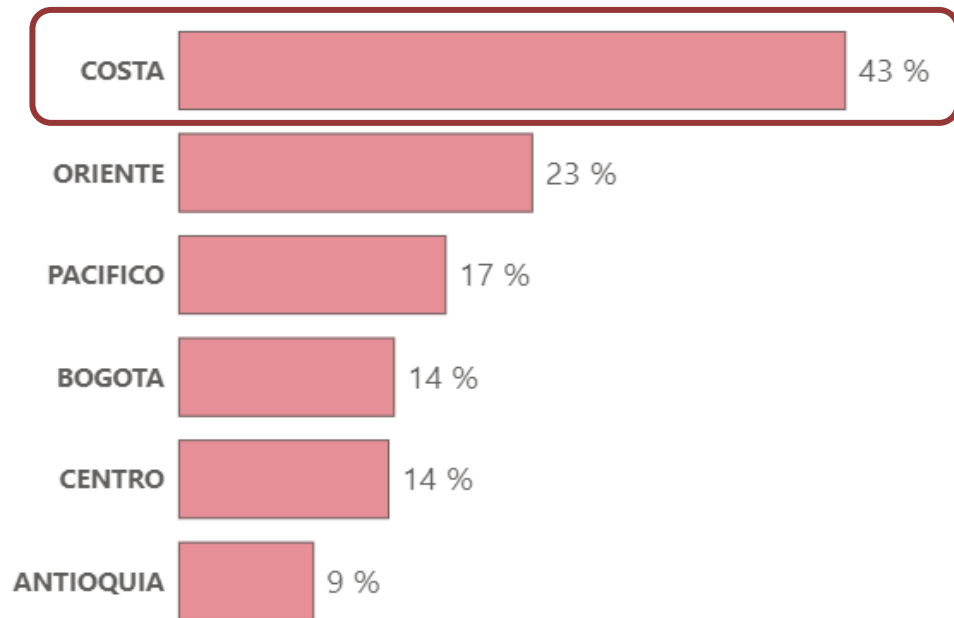
% AGOTADO POR FORMATO



Dentro del canal especializado, el formato con mayor porcentaje de agotados es **VETERINARIA** con el **21%**

AGOTADOS - FORMATO SUPERETES

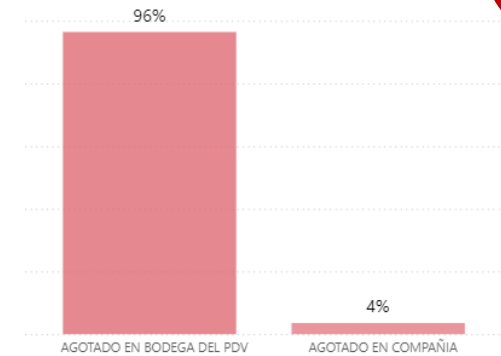
AGOTADOS POR REGIONAL



La regional con mayor número de agotados en el formato de Superetes, es **Costa** con un porcentaje del **43%**

CAUSALES DE AGOTADOS

La causal de agotado **AGOTADO EN BODEGA DEL PDV** fue la de mayor participación en dicho formato con un porcentaje del **96%**.



16%

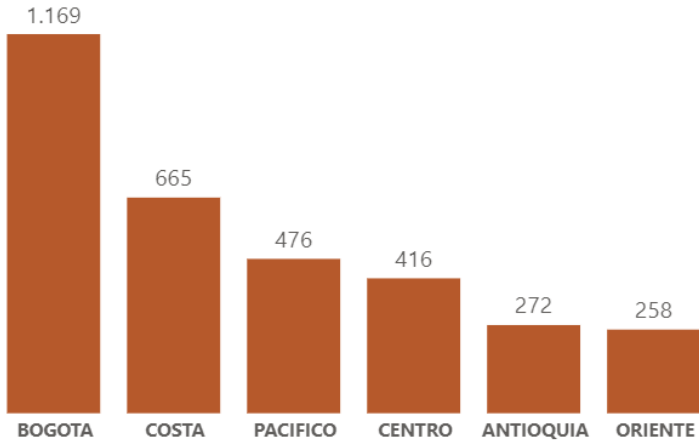
% AGOTADO

TOP 5 PRODUCTOS AGOTADOS



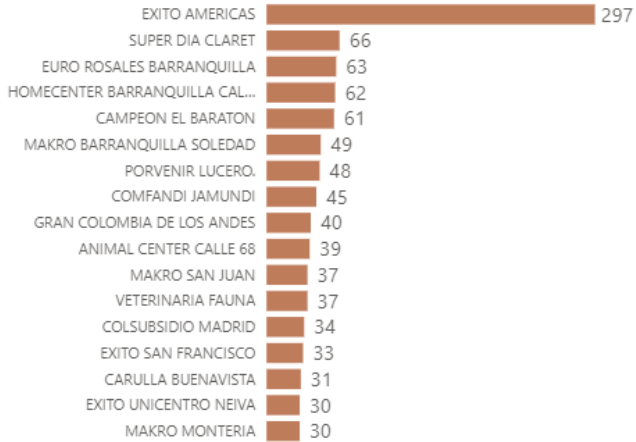
3. VENCIMIENTOS

VENCIDOS POR REGIONAL



Bogotá fue la regional con mayor número de producto vencido en el mes de Junio con 1.169 unidades.

RANKING PDV CON VENCIMIENTOS



El PDV con mayor registro de vencimientos fue **ÉXITO AMERICAS** con **297** unidades.

\$83.861.315

Valorizado Vencimientos

3.256

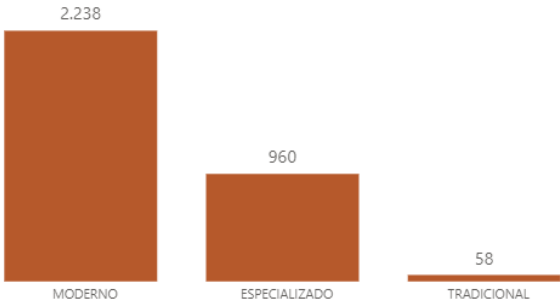
SKU's Vencidos



Detalle SKU's vencidos por PDV en Junio: [DETALLE VENCIDOS JUNIO.xlsx](#)

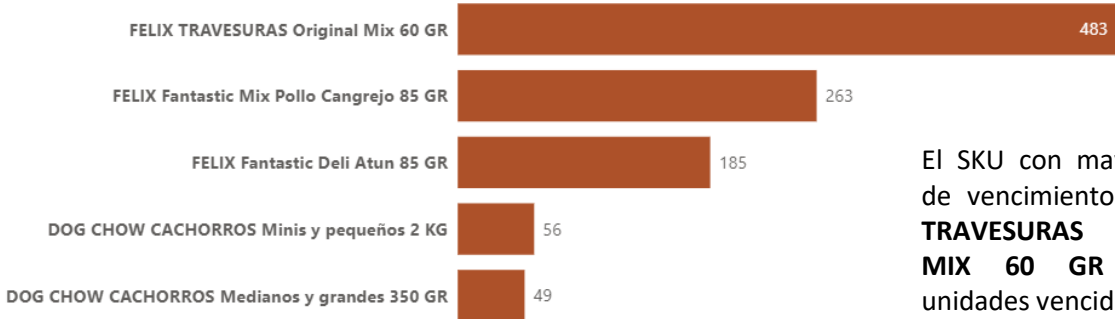
VENCIDOS POR CANAL

UNIDADES A VENCER POR CANAL



En Junio, el canal **moderno** fue el que tuvo el mayor número de unidades vencidas, siendo **2238**.

SKU'S CON MAYOR UNIDADES VENCIDAS



El SKU con mayor registro de vencimientos fue **FELIX TRAVESURAS ORIGINAL MIX 60 GR** con **483** unidades vencidas.

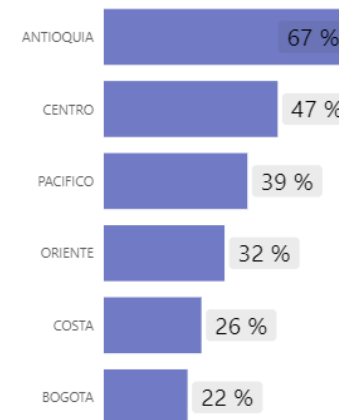
4. CHEQUEO DE PRECIO

PDV CAPTURADOS DEL 15 AL 20 DE JUNIO



En el rango de tiempo del **15 al 20 de junio**, establecido para captura del módulo de chequeo de precios, de los 1.820 PDV visitados, se realizó la captura de chequeo de precios en **633 PDV**

PDV CAPTURADOS POR REGIONAL



La regional con mayor número de PDV capturados fue **CENTRO** con **140 puntos**, el **47% de captura**.

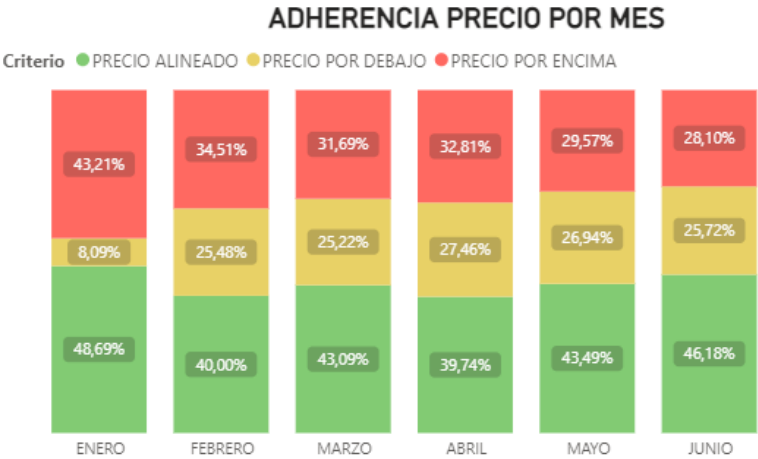
Sin embargo, Antioquia realizó el **67%** de captura de sus PDV visitados del 15 al 20 de Junio.

ADHERENCIA PRECIOS



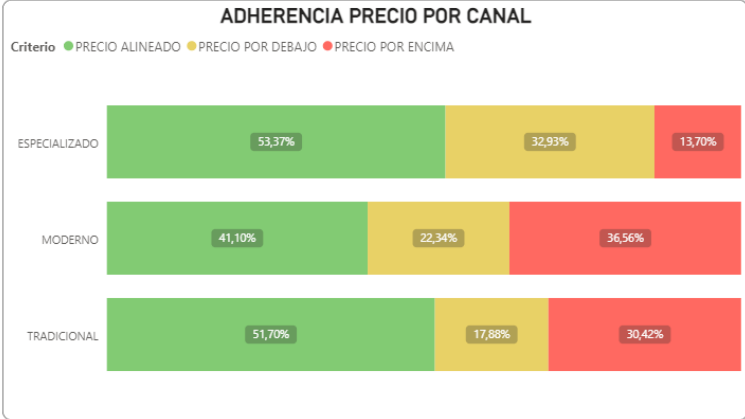
En cuanto a la adherencia de precios, la captura de chequeo de precio está un 46% alineado con el precio sugerido, 28,10% por encima y 25,72% por debajo.

Con respecto al mes pasado, Mayo, el precio alineado incremento en un 3%. El precio por debajo disminuyó en un 1% y el precio por encima disminuyó en un 1%

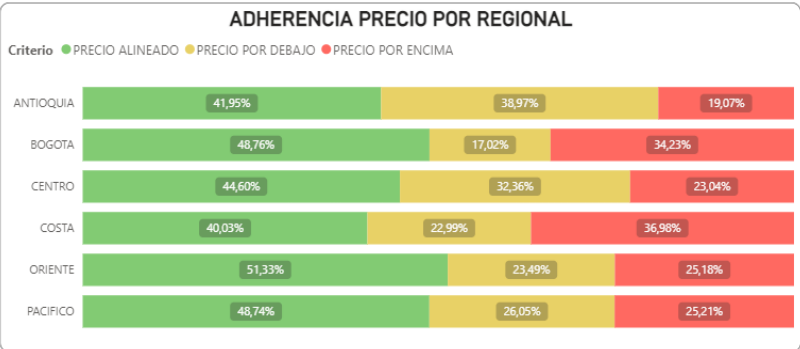


La regional con menor porcentaje de precio alineado es la regional de Costa con un 40%, donde el restante a su 100% se concentra principalmente en el precio por encima con un 37%.

Y la regional con el precio alineado mayor es Oriente, con un porcentaje del 51%.



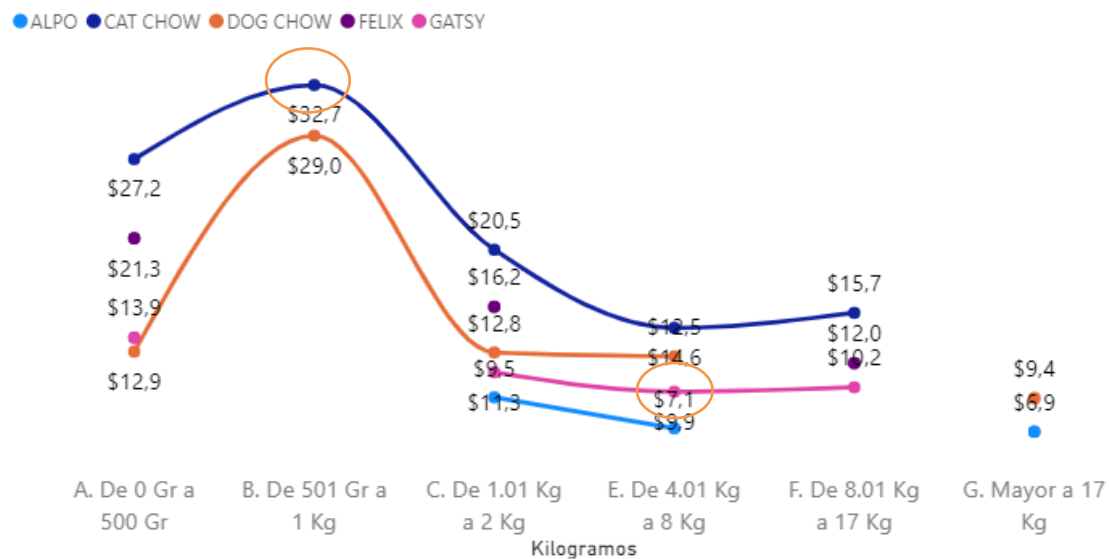
El canal con el porcentaje mayor en precio alineado es el canal especializado, que representa un 52% , un 2% y 12% por encima con respecto al canal especializado y moderno.



4. CHEQUEO DE PRECIO

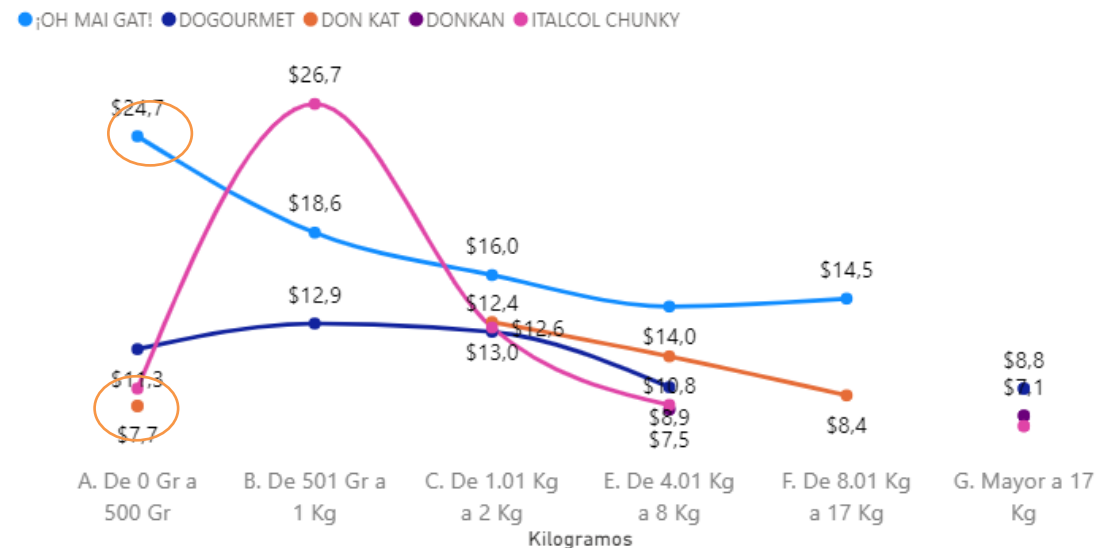
PROPIO VS LA COMPETENCIA

PRECIO GRAMO POR KILOGRAMO - MARCA PROPIA



En cuanto a precio por gramo en marcas propias, en referencias de **501 gr a 1 Kg**, la **marca Cat Chow en la categoría Gatos**, es la que tiene el precio por gramo mayor siendo **\$32.7**. Y el precio por gramo menor, es en referencias de **4.01 kg y 8kg** en la **marca Gatsy** siendo **\$7.1**

PRECIO GRAMO POR KILOGRAMO - MARCA COMPETENCIA

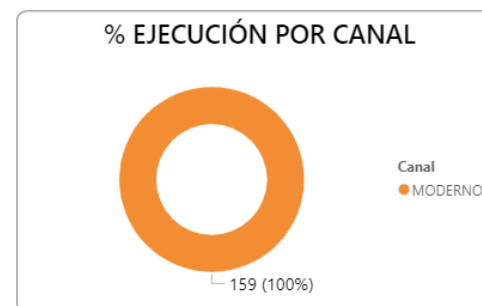
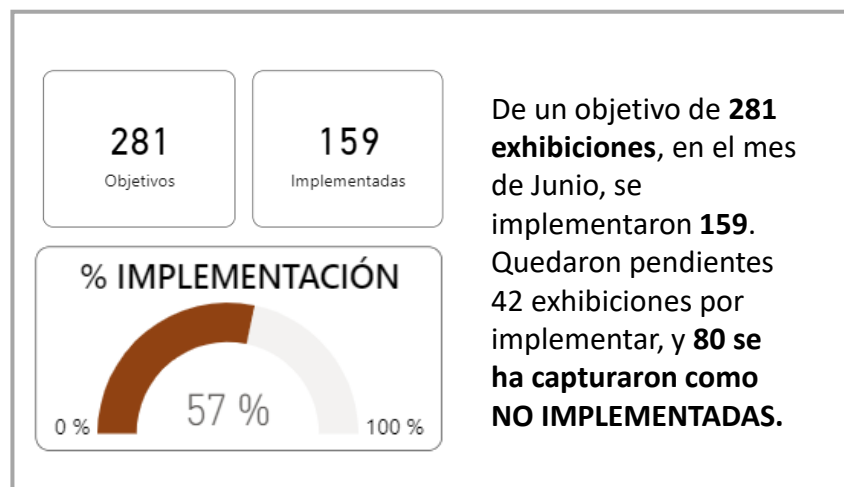


En cuanto a precio por gramo en marcas competencia, la **marca Oh mai Gat en referencias de Gato** en referencias de 0 gr a 500gr es la que tiene el precio por gramo mayor con **\$24.7** y el precio por gramo menor, está en las referencias de **0 gr a 500 gr**, en la **marca Don Kat** siendo **\$7.7**



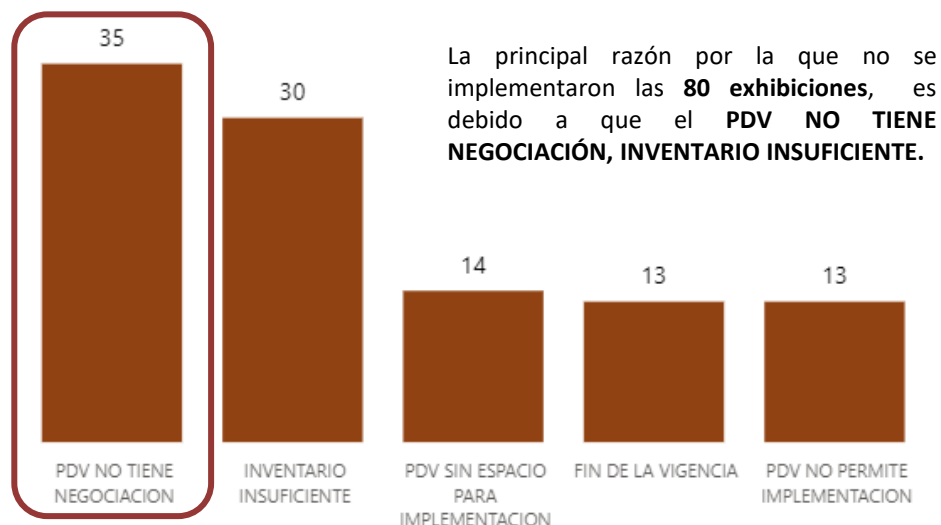
Exportable VARIACIÓN PRECIO POR GRAMO PROPIO VS COMPETENCIA JUNIO.xlsx

5. EXHIBICIONES NEGOCIADAS

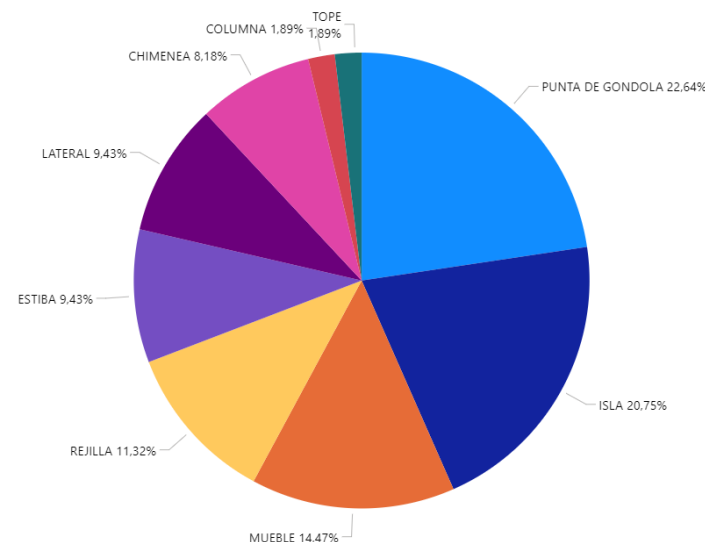


Las exhibiciones implementadas se presentaron en PDV de canal moderno. Tener en cuenta que, los PDV superetes pertenecientes a Zeus, se les ajustó el canal de Tradicional al canal Moderno.

CAUSALES DE NO IMPLEMENTACION



CAUSALES DE NO IMPLEMENTACION



Las exhibiciones negociadas de tipo **PUNTA DE GONDOLA**, son aquellas que tienen una mayor participación con un **23%** junto con **ISLA**, con un porcentaje de **21%**



Enlace para detalle de exhibiciones implementadas:
[DETALLE EXHIBICIONES NEGOCIADAS JUNIO.xlsx](#)