



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

GRUPO **Ohla**



INFORME DE GESTIÓN NESTLÉ PURINA

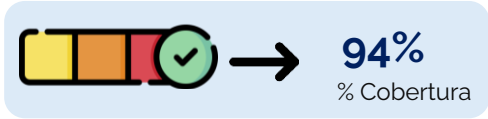
Septiembre 2025



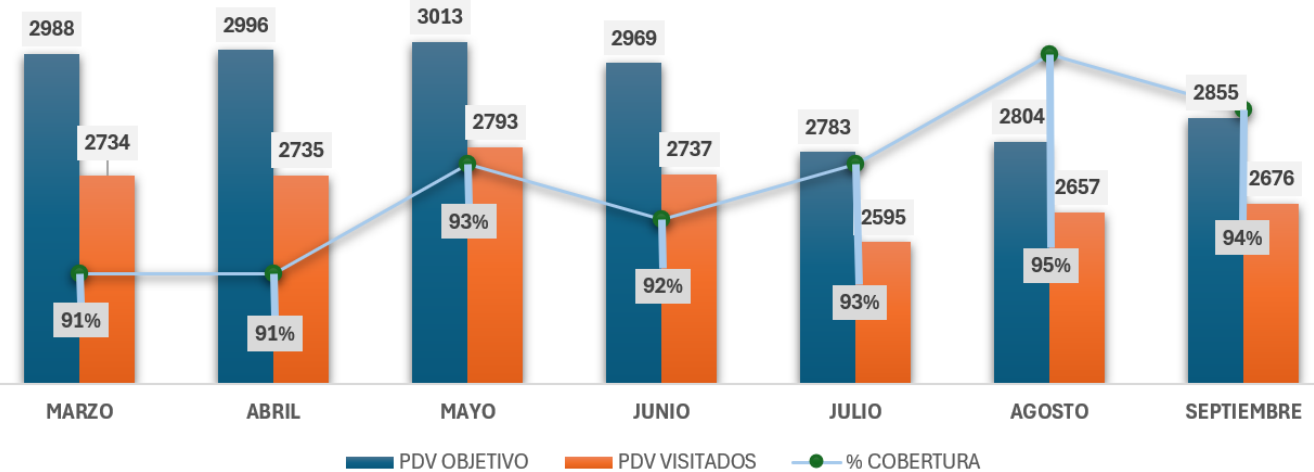
VISION & MARKETING
especialistas en punto de compra

Ohla

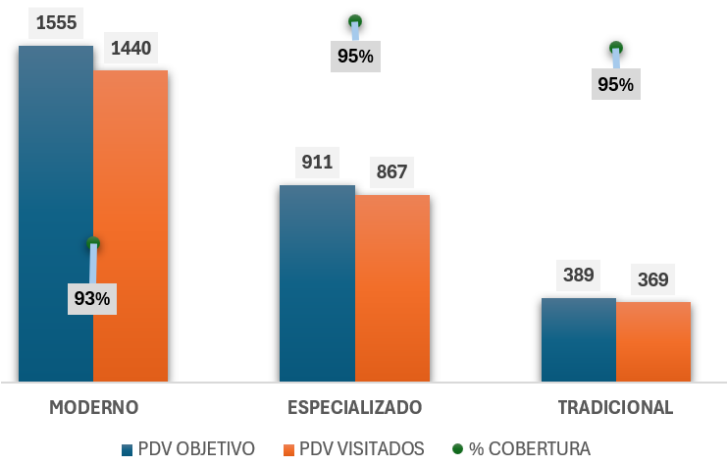
Cobertura Septiembre 2025



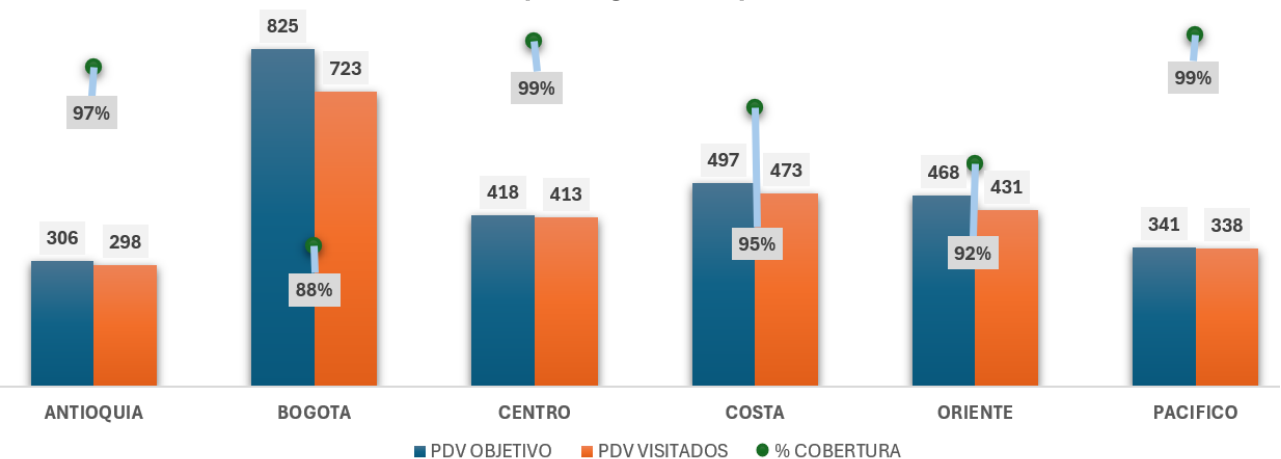
Tendencia cobertura Mar 2025-Sep 2025



% Cobertura por canal Septiembre 2025



% Cobertura por regional Septiembre 2025



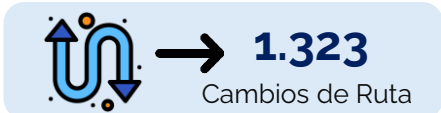
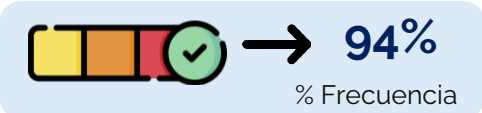
Las cadenas con menor % de cobertura son:



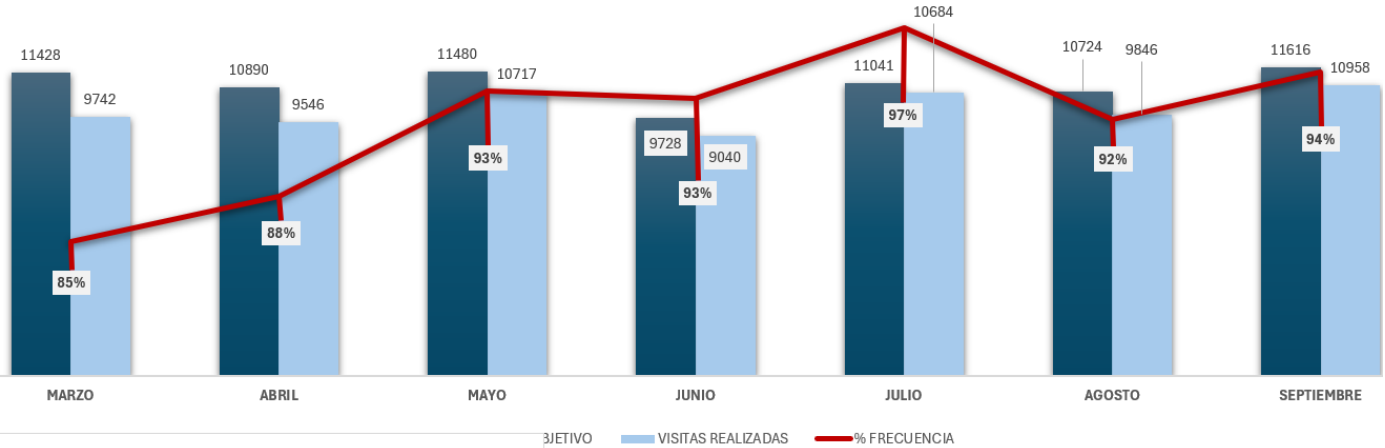
Los formatos especializados con menor % de cobertura son:



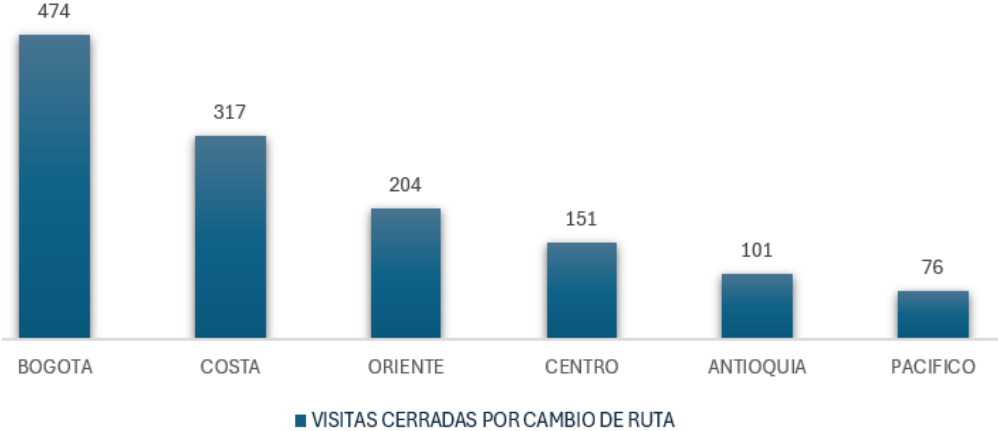
Frecuencia Septiembre 2025



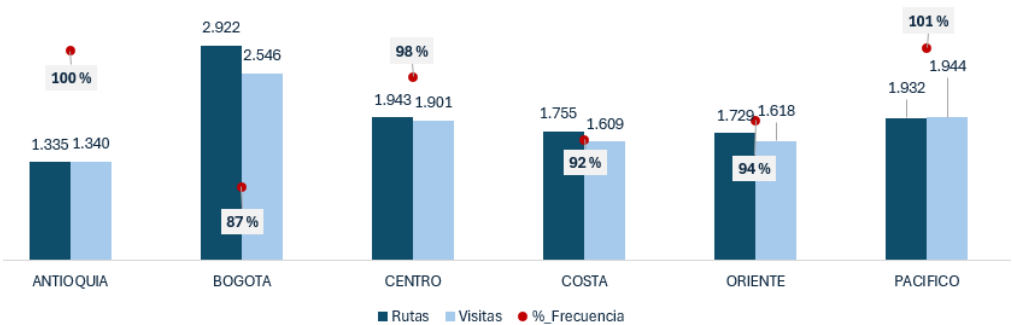
Tendencia frecuencia Mar-Sep 2025



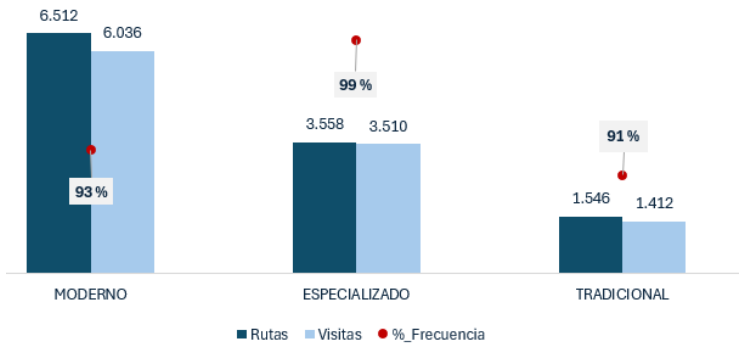
Visitas cerradas por novedad cambio de ruta Septiembre 2025



% Frecuencia por regional Septiembre 2025



% frecuencia por canal de Septiembre 2025



Origen rutas de Septiembre 2025

| ORIGEN | VISITAS REALIZADAS |
|-----------|--------------------|
| EXTRARUTA | 1.824 |
| PLANO | 9.134 |

Se cumplió con el 79% del rutero establecido. El restante de las visitas realizadas fueron extra rutas, las cuales cubren el 78% de las visitas no realizadas.

Novedades Cobertura y Frecuencia Septiembre

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

Vacantes, incapacidades y vacaciones:



- 2 vacantes en Antioquia (apoyo redistribuido en Medellín y Envigado).
- 1 incapacidad en Bogotá, ruta asumida parcialmente por otro colaborador.
- En Oriente, 1 vacante y 1 incapacidad temporal cubiertas por personal de Canal PS.
- 1 incapacidad prolongada de asesor senior; gestión temporal con refuerzo de otro canal.

Eventos y actividades especiales:



- Jornadas de aseo y mantenimiento Realizadas en PDV Comunal Cardio (Bogotá) y El Campesino San Cristóbal (Antioquia).
- Día de la Mascota en Antioquia (apoyo en Cons. Animal y Huellitas Kialu).
- Activaciones de impulso y toma de almacén en Éxito Laureles, Jumbo Santa Fe y Mercados Madrid.
- Implementación de descuentos y eventos POS en Porvenir y Mercacentro.
- Apoyos por dinámicas comerciales vigentes y toma de almacén en Antioquia y Bogotá.

Cambios de ruta por gestión operativa:



- Cambios por apoyo en Carulla Palmas, Éxito Unicentro y Makro San Juan.
- Redistribución de visitas para cubrir eventos en Villa Hermosa y Surtimax Rionegro.
- Ajustes por madrugones y jornadas de limpieza en Comunal Cardio y Mercacentro 13.
- Movimientos en PDV por implementación de descuentos POS y recepción de pedidos.
- Cambios de planimetría en Carulla, Éxito, Olímpica y Superetes.
- En Bogotá, movimientos por apoyo a madrugón Comunal Cardio y eventos en Mercacentro

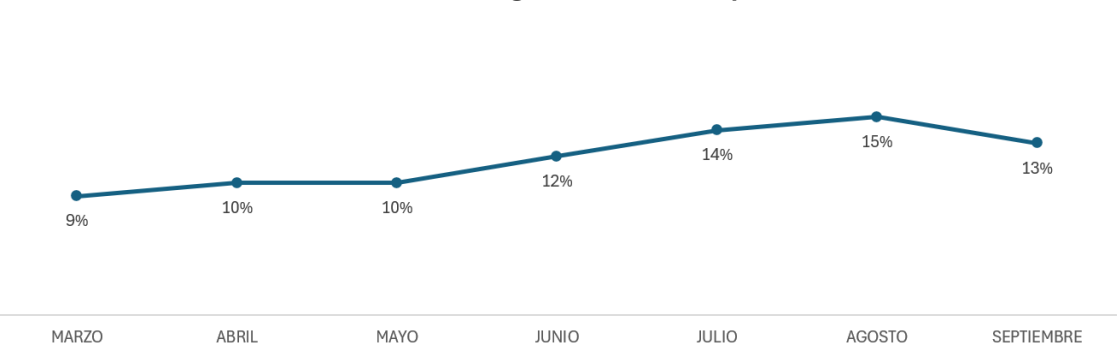
Capacitaciones y cursos:



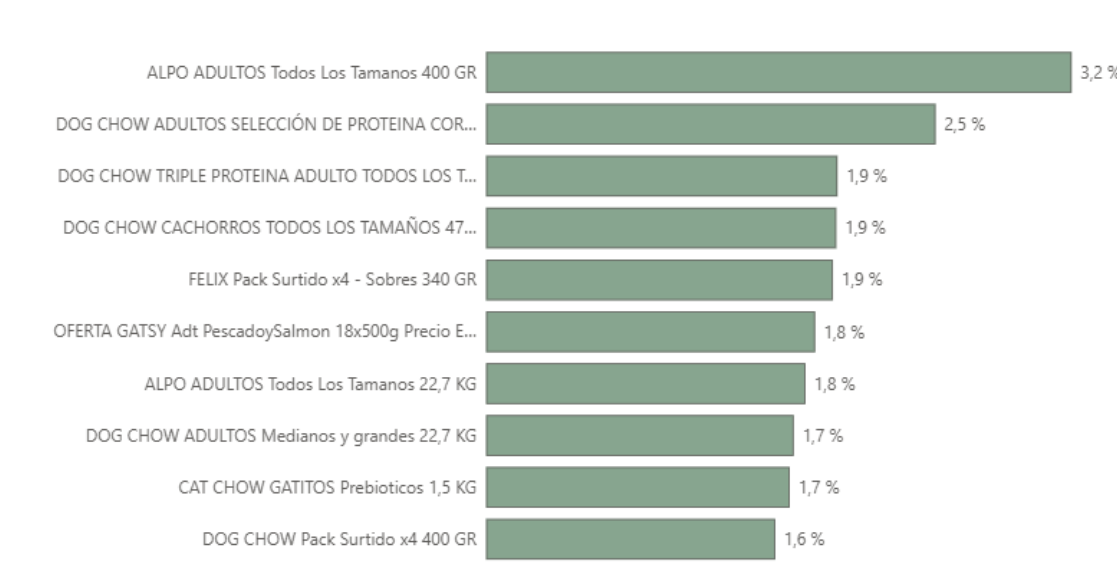
- Curso de alturas para colaboradores nuevos y reincorporados (Antioquia y Bogotá).
- Capacitación de portafolio para refuerzo en impulso de productos premium.
- Entrenamiento de llave de servicio en Homecenter (Antioquia) para mejorar atención POS.

Agotados

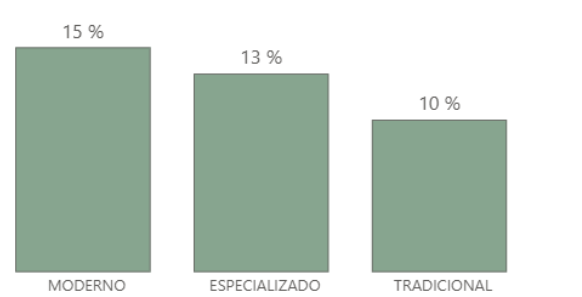
Tendencia % de agotados Mar – Sep 2025



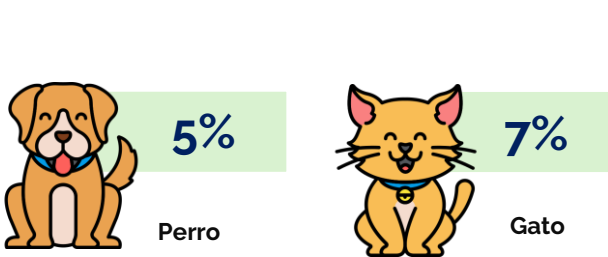
Top 10 de productos agotados Septiembre 2025



% de agotados por canal Septiembre 2025



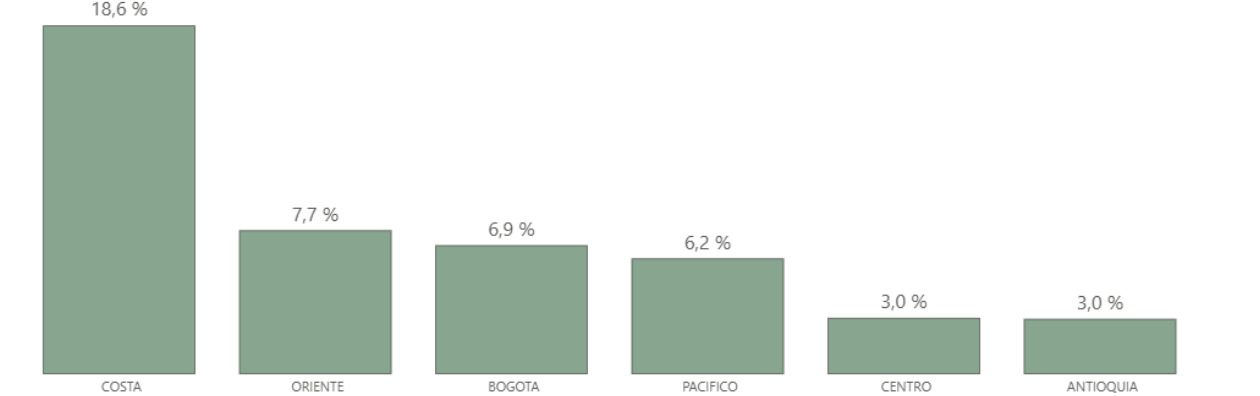
% de agotado por categoría Septiembre 2025



Top 5 de cadenas con mayor % de agotado Septiembre 2025

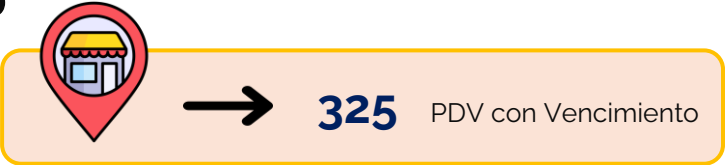


% Agotado por Regional Septiembre 2025

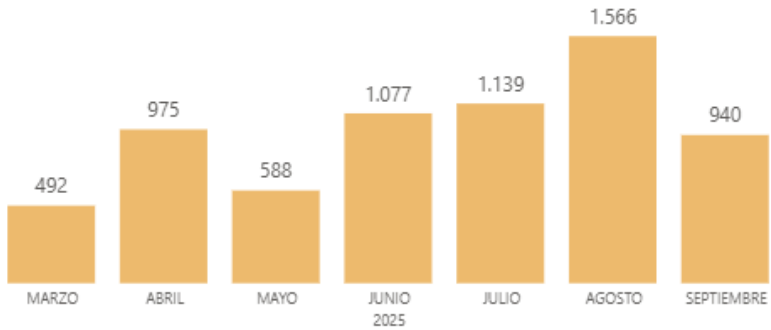


Se están enviando alertas diarias acerca de los productos agotados reportados en PDV hacia el equipo de fuerza de ventas.

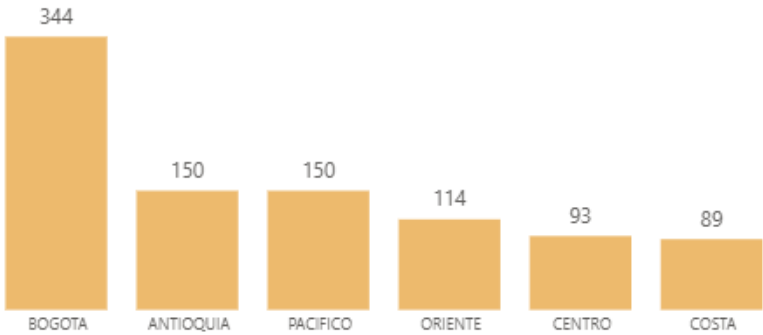
Vencidos Septiembre 2025



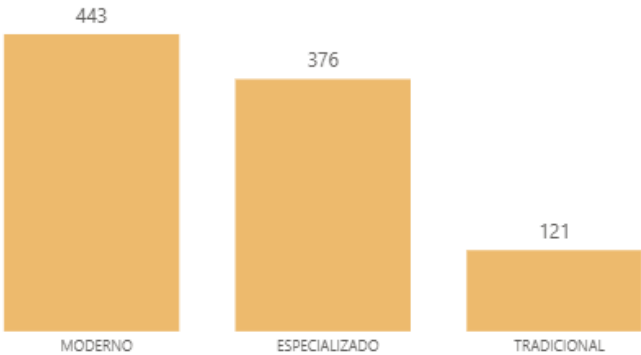
Tendencia unidades vencidas Mar -Sep 2025



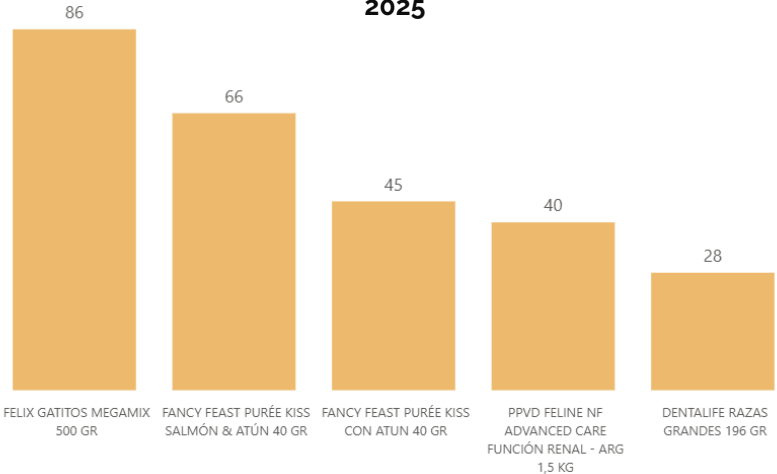
Unidades vencidas por Regional Septiembre 2025



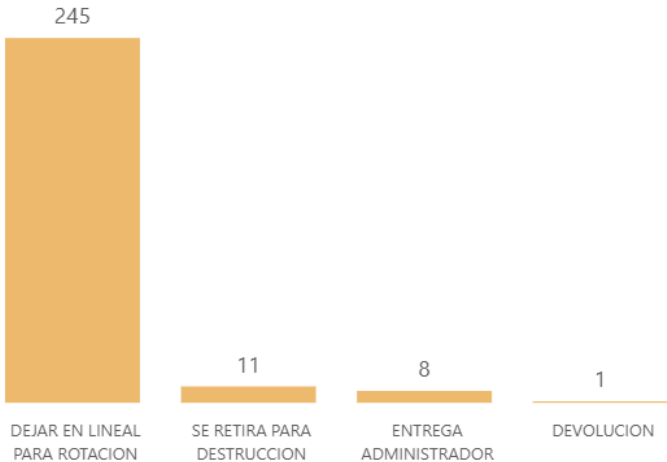
Unidades vencidas por canal Septiembre 2025



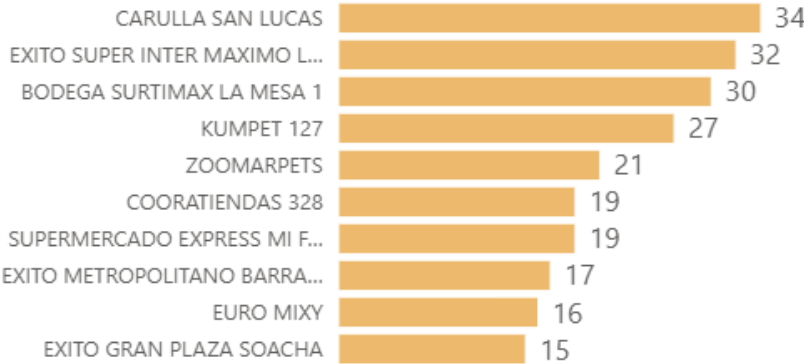
Top 5 SKU's con mayor cantidad de vencidos Septiembre 2025



Unidades vencidas por planes de acción

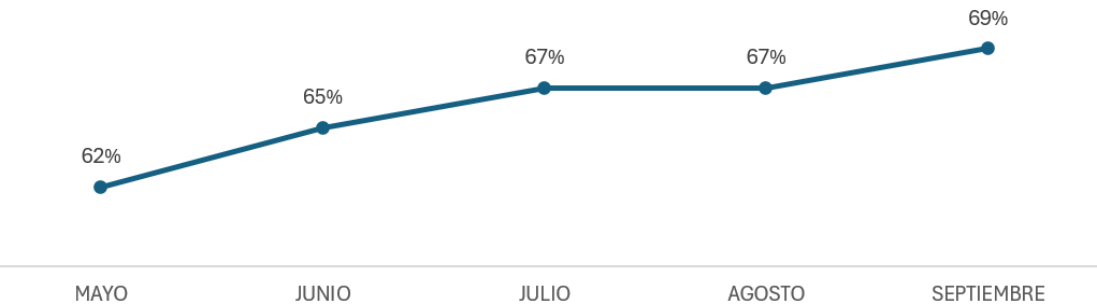


Ranking PDV con mayor cantidad de vencidos



Chequeo de precios

Tendencia mensual % captura chequeo de precios



2.142

PDV Objetivo



1.470

PDV Capturados

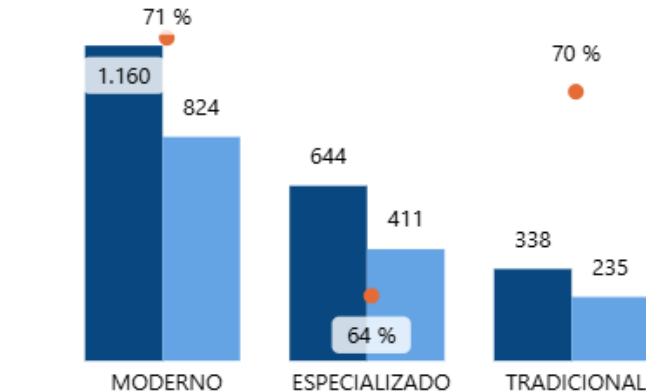


69%

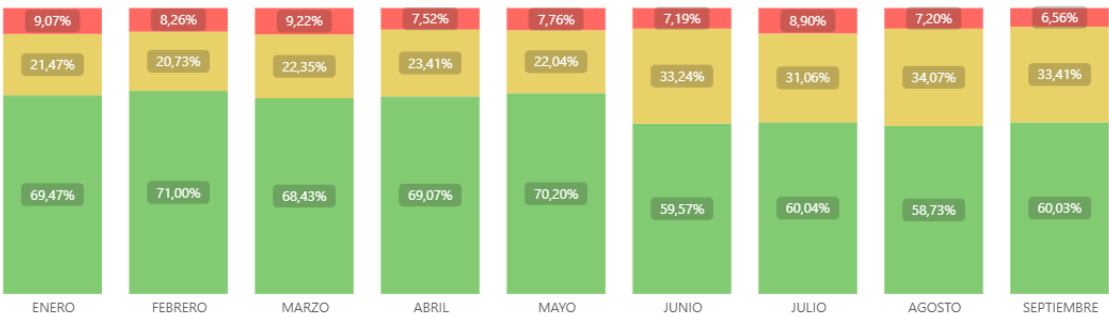
% Cump. Captura

Pdv capturados por canal Septiembre 2025

Obj_PDV_Chequeo PDV Capturados %_Capt_Precios



Tendencia mensual % chequeo de precios



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

Adherencia de precios Septiembre 2025



697

PDV con referencias con precio por encima



78

Referencias con precio por encima



1237

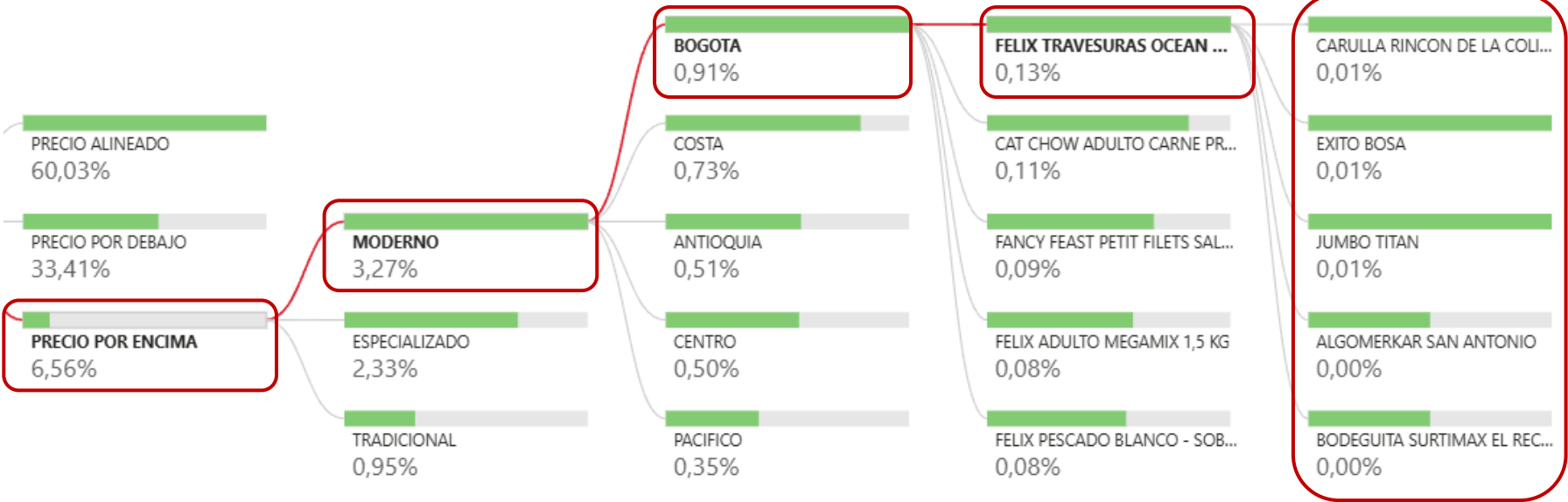
PDV con referencias con precio por debajo



90

Referencias con precio por debajo

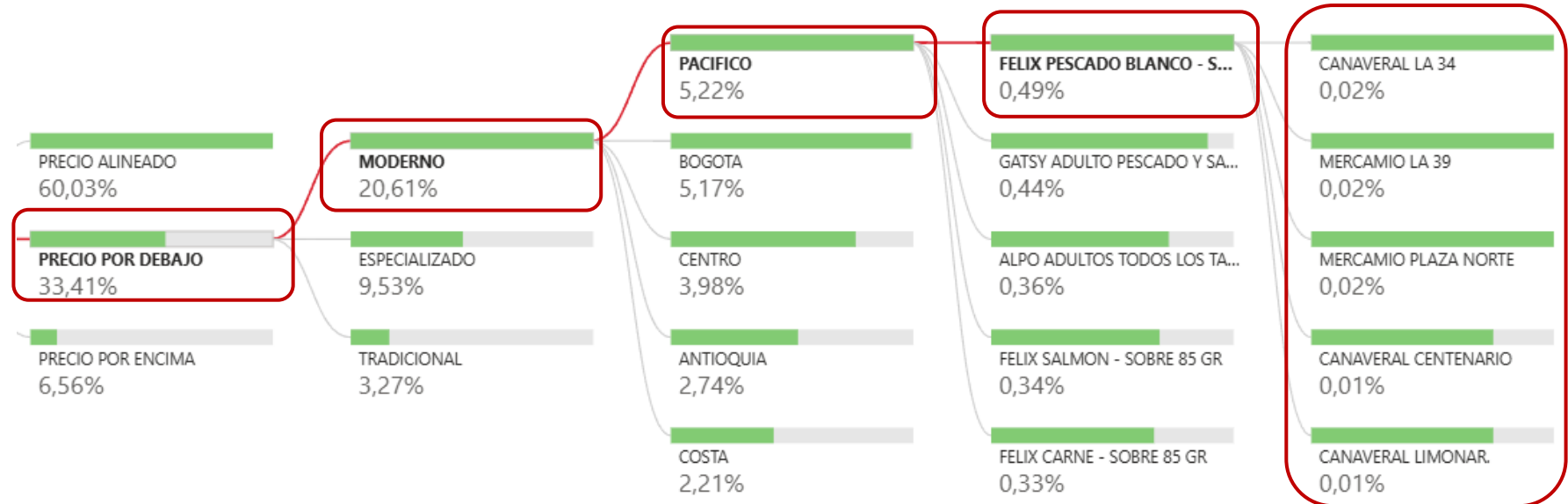
Chequeo de precios



PRECIO POR ENCIMA Septiembre 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 **Felix Travesuras Ocean Mix 60 Gr**



PRECIO POR DEBAJO Septiembre 2025



En cuanto al precio por debajo, el canal con mayor participación es el **moderno** principalmente en la regional de **Pacifico** en la referencia de **Felix Pescado Blanco - Sobre 85 Gr**



Ejecución por cadena
Septiembre 2025



64 (83%)

Exh. Impl.



120 (83%)

Exh. Impl.



15 (100%)

Exh. Impl.



11 (92%)

Exh. Impl.



137 (92%)

Exh. Impl.



23 (96%)

Exh. Impl.

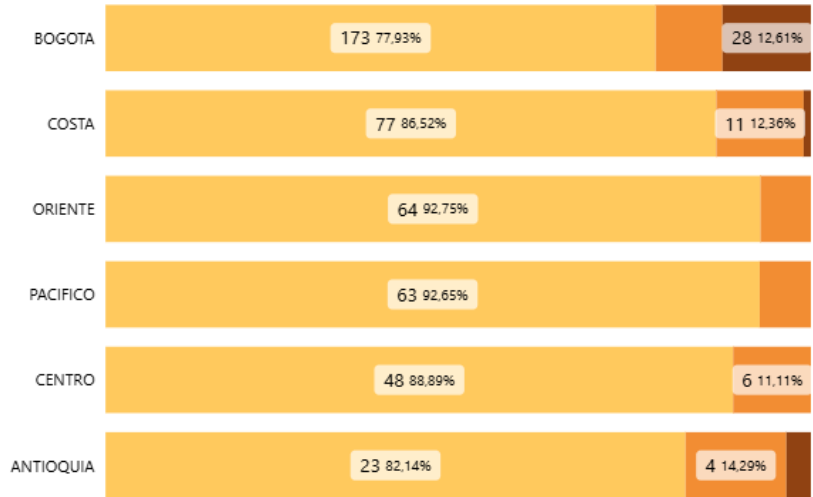
Ejecución Septiembre 2025



El 10% de las exhibiciones negociadas fueron marcadas como **NO IMPLEMENTADAS**. El 6% de las exhibiciones fueron **NO GESTIONADAS**

Ejecución por regional Septiembre 2025

● Implementadas ● No Implementadas ● No Ejecutadas



Exhibiciones negociadas Moderno

Participación por tipo de exhibición Septiembre 2025



Mueble
32,37%



Rejilla
18,87%



Balconera
10,27%



Punta de góndola
8,04%

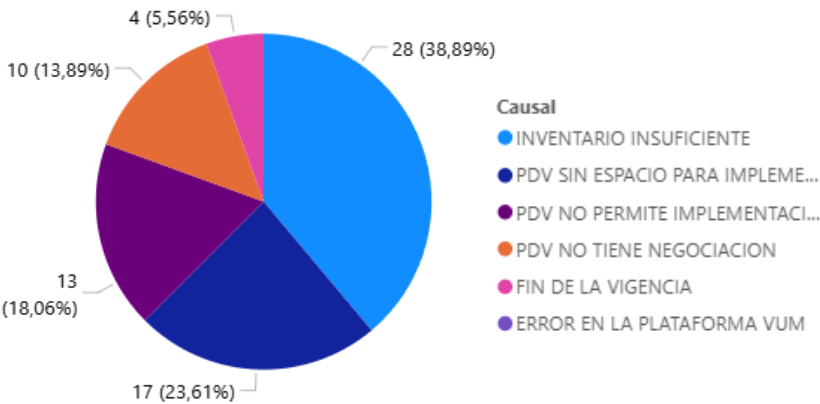


Chimenea
5,36%



Otros
25,09%

Causales de no Implementación Septiembre 2025



52
No Implementadas

Ejecución por formato
Septiembre 2025



PET SHOP KA

Exh. Impl. **71 (97%)**
Exh. No impl. **2 (3%)**
Exh. Pendientes **0 (0%)**



PET SHOP INDEPENDIENTE

Exh. Impl. **13 (76%)**
Exh. No impl. **4 (24%)**
Exh. Pendientes **0 (0%)**

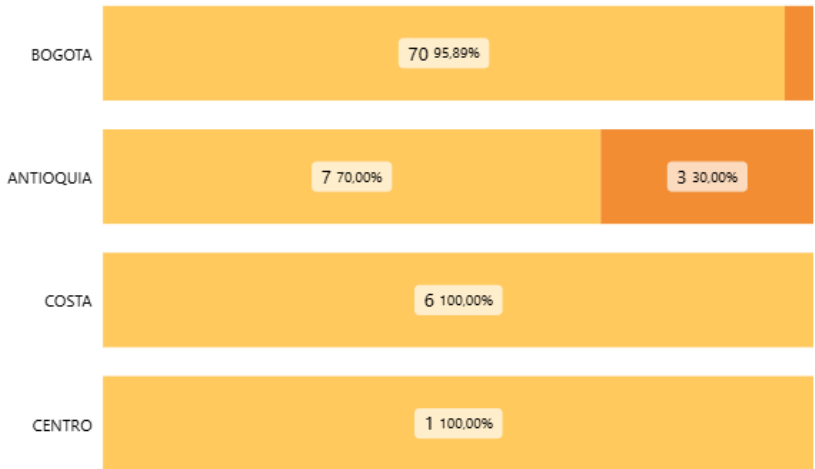
Ejecución Septiembre 2025



El 11% de las exhibiciones negociadas fueron marcadas como **NO IMPLEMENTADAS**. No quedaron exhibiciones negociadas pendientes por gestionar.

Ejecución por regional Septiembre 2025

● Implementadas ● No Implementadas ● No Ejecutadas



Exhibiciones negociadas Especializado

Participación por tipo de exhibición Septiembre 2025



Punta de góndola
64,29%



Check Out (Bolsillos)
19,05%

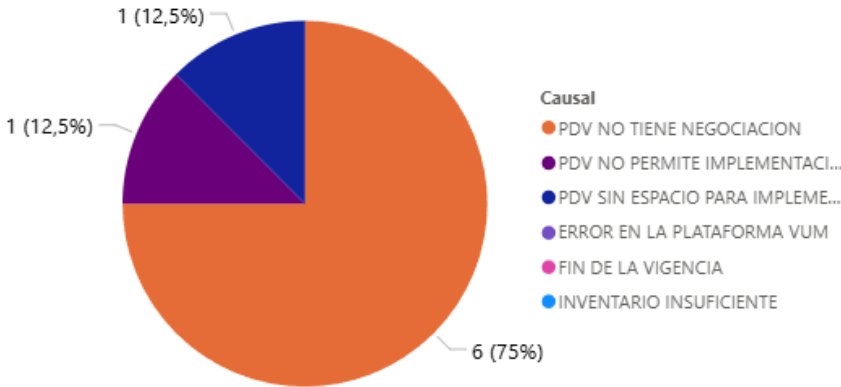


Vinitra
11,09%



Otros
6%

Causales de no Implementación Septiembre 2025



10
No Implementadas



Amarres día del gato PS 2025



271

PDV impactados



48

Personas involucradas



Especializado

Canal



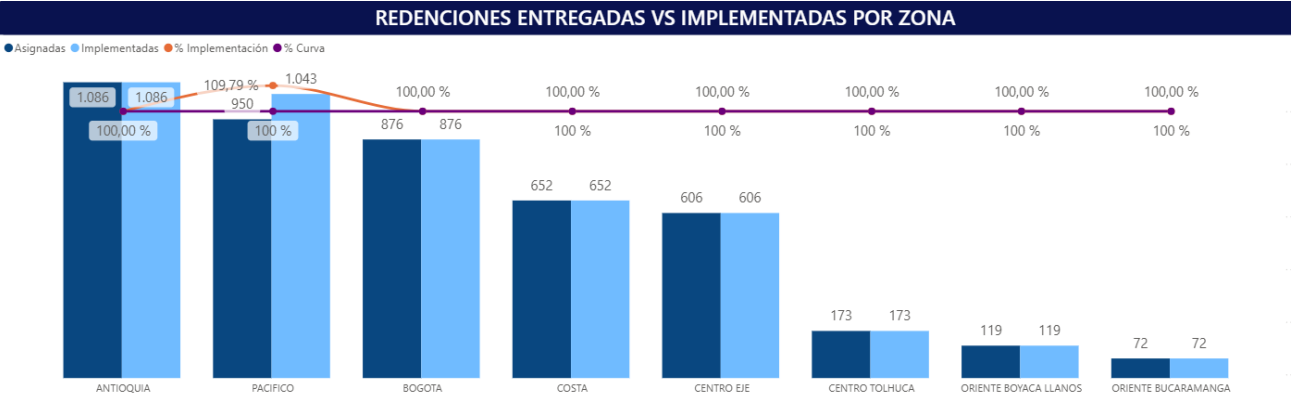
36

Poblaciones



100%

% de implementación



Aspectos Positivos:

- La dinámica ha tenido **muy buena acogida** por parte de los administradores y del cliente final.
- Los dependientes están **motivados y con disposición** para entregar las fuentes.
- Los clientes valoran el obsequio al cliente final, generando **satisfacción y atracción hacia la marca**.
- La fuente ha llamado la atención y atrae a nuevos clientes, impulsando el **tráfico en los PDV**



Aspectos Negativos:

- Algunos PDV **no cuentan con suficiente mercancía** para redención, lo que retrasa o limita la implementación.
- En varios PDV **no se cuenta con impulso**, lo que reduce la visibilidad y el control de la actividad.
- **Cambio de distribuidor** ha generado entregas parciales de producto, retrasando la ejecución.
- Algunos puntos **no manejan buena paquetería o trabajan venta a granel**, lo que dificulta la logística de redención.



Gana al instante 2025: Obsequios



310

PDV impactados



78

Personas involucradas



Especializado

Canal



42

Poblaciones

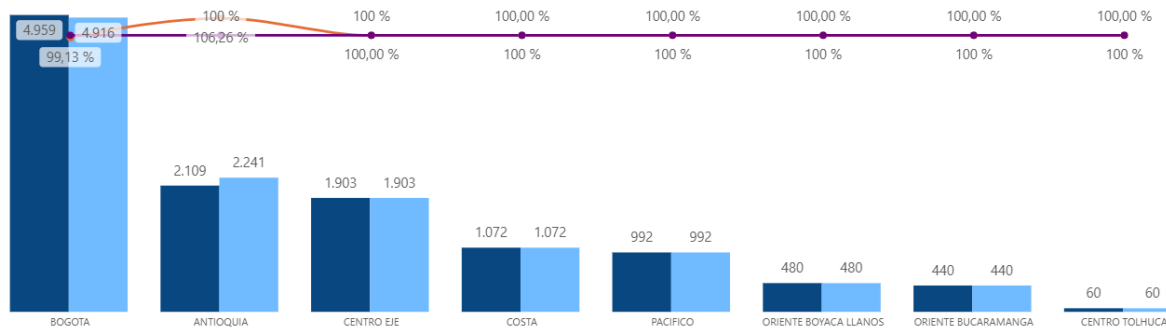


100%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:

- **Alta rotación de producto** y muy buena acogida por parte de clientes y shoppers, quienes encontraron atractivo el contenedor.
- Los contenedores **llamaron mucho la atención**, generando incluso cambio de marca por parte de algunos clientes para obtener el obsequio.
- **El material POP y la mecánica generaron interés visual**, impulsando la venta y recordación.



Aspectos Negativos:

- **Retrasos en despacho de material** por falta de autorización en ciertos PDV.
- Movimiento de personal y **cambios de ruta afectaron la ejecución** y seguimiento.
- Algunos contenedores fueron percibidos como pequeños o con **poca funcionalidad**, viéndolos más como una tasa medidora.
- **Falta de material POP** en varios puntos, lo que limitó la visibilidad de la actividad.
- Algunos PDV restringieron la exhibición visual o pidieron control adicional de los contenedores.

Amarre Dentalife Excellent - Merchandiser



141

PDV impactados



15

Personas involucradas



Especializado

Canal



13

Poblaciones

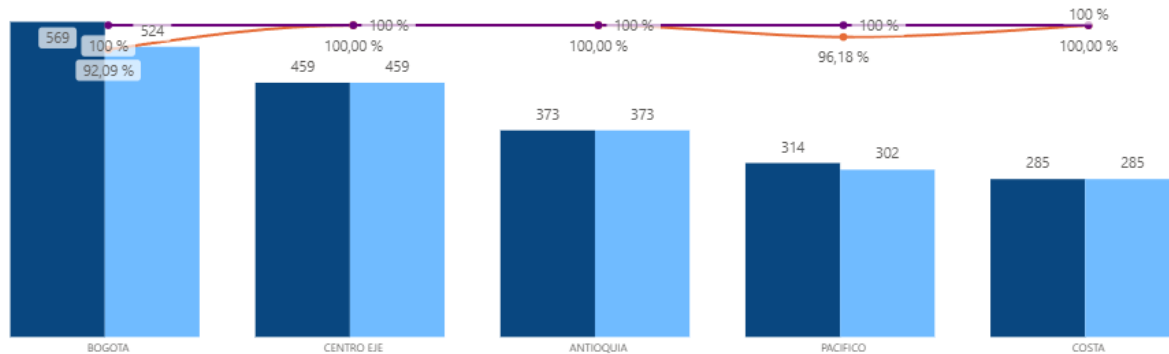


97,15%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:



- La dinámica ha gustado especialmente en PDV que usualmente no participan en este tipo de actividades.
- Ha **impulsado la rotación** de productos antiguos y presentaciones viejas, ayudando a reducir inventario rezagado.
- **Excelente acogida** por parte de clientes y shoppers, destacando mayor visibilidad y mejor ubicación en el lineal
- Ha permitido **ganar espacios adicionales** en exhibición y mejorar la recordación de marca.

Aspectos Negativos:



- En varias zonas se presenta **falta de mercancía** o bajo inventario, principalmente en Dentalife para cachorros y en regiones como Bogotá y Costa.
- **Cambio de distribuidor** ha afectado la disponibilidad de producto para implementación.



Armado PPVD DRY + WET



235

PDV impactados



60

Personas involucradas



Especializado

Canal



36

Poblaciones

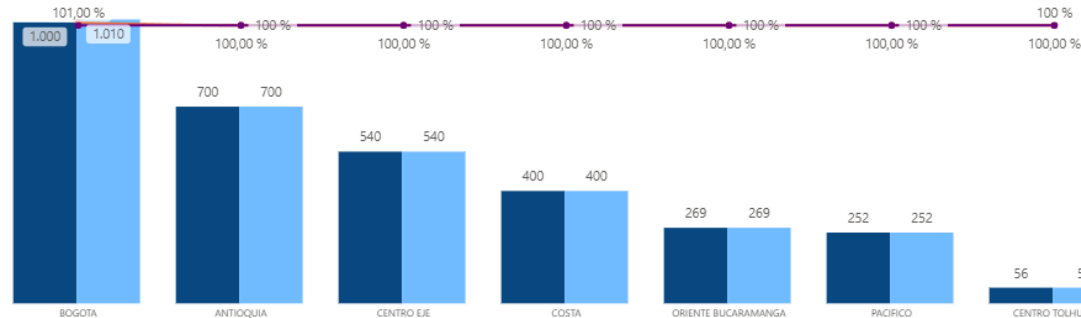


100%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



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.
- Si no se despacha directo a PDV, el traslado es complicado porque las cajas llegan armadas.



Valor Agregado Excellent Obsequios 2025



282

PDV impactados



73

Personas involucradas



Especializado

Canal



45

Poblaciones

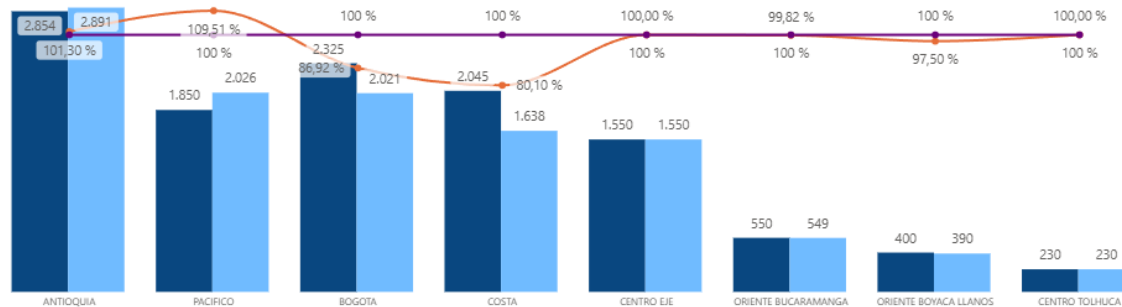


95,69%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:



- Los contenedores llamaron la atención por su diseño innovador y atractivo, destacando como un elemento diferenciador.
- Generó buena rotación de producto y ayudó a dinamizar el lineal.
- Los shoppers mostraron interés, algunos incluso cambiaron de marca o producto para obtener el contenedor.
- El impacto visual fue positivo, siendo percibido como un artículo útil, llamativo y de varios usos.
- Los administradores y clientes destacaron que la dinámica ayudó a impulsar la venta y la recompra en PDV donde se implementó.

Aspectos Negativos:



- Demoras en la entrega de obsequios y materiales, generando retrasos en la implementación en varias ciudades.
- Algunos PDV no se visitan con frecuencia o están fuera del panel, dificultando la ejecución continua.
- En ciertos puntos, el contenedor no rota lo suficiente, lo que impide repetir la actividad en el mismo PDV.
- Algunos shoppers no entendían inicialmente la función del contenedor, interpretándolo como artículo de cocina.



Cross Promotion Dog Chow + Dentalife Oct



106

PDV impactados



34

Personas involucradas



Moderno

Canal



19

Poblaciones

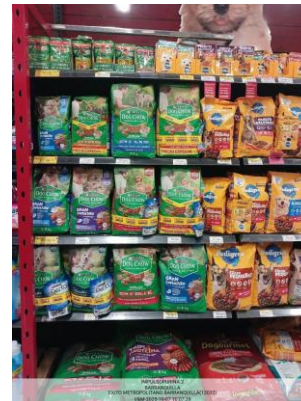
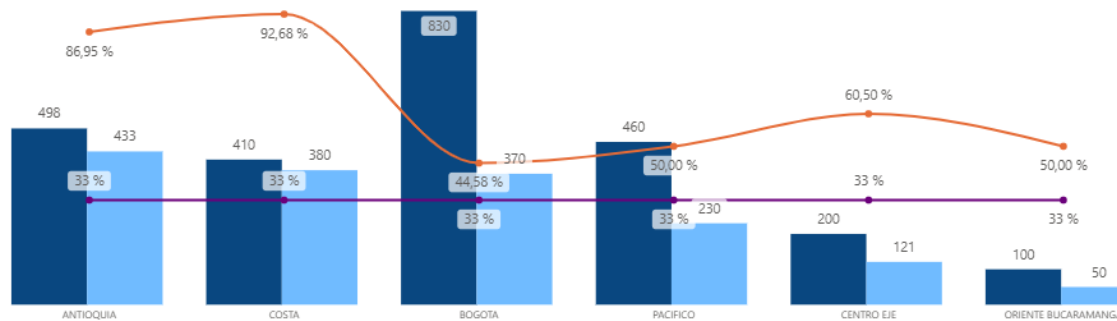


63,41%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

■ Asignadas ■ Implementadas ■ % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:



- El amarre ayuda significativamente a que el cliente conozca Dentalife, fortaleciendo la visibilidad de un producto con ventas bajas en la regional.
- Es una buena oportunidad de amarre entre ambas marcas, atractiva para el cliente y efectiva para estimular la compra.
- La dinámica genera rotación de producto y aporta visibilidad adicional en el punto de venta.
- Se considera una acción efectiva para impulsar el portafolio Dentalife y apoyar la recompra.
- Apoya la estrategia de mix de producto, favoreciendo la recordación de marca y el incremento en ticket promedio.

Aspectos Negativos:



- Hasta el momento no se han reportado aspectos negativos.
- Se recomienda únicamente tener en cuenta el inventario al hacer la asignación, para evitar limitaciones en la ejecución.



Cross Promotion Purina One + Dentalife Oct



24

PDV impactados



17

Personas involucradas



Moderno

Canal



7

Poblaciones

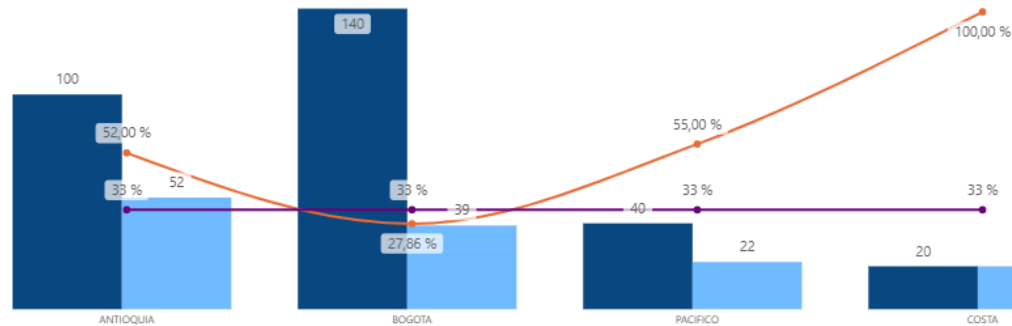


44,33%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:



- Buena oportunidad de amarre entre marcas, atractiva para el cliente y efectiva para estimular la compra.
- Contribuye al conocimiento y posicionamiento de Dentalife, fortaleciendo la sinergia del portafolio Purina.
- Genera interés y valor percibido en el shopper, al asociar beneficios de nutrición (Purina One) con salud dental (Dentalife).

Aspectos Negativos:



- Implementación sujeta a la disponibilidad de inventario, lo cual puede afectar la continuidad o alcance de la promoción.



Plan Pega Cat Chow-Felix Oct



196

PDV impactados



45

Personas involucradas



Moderno

Canal



35

Poblaciones

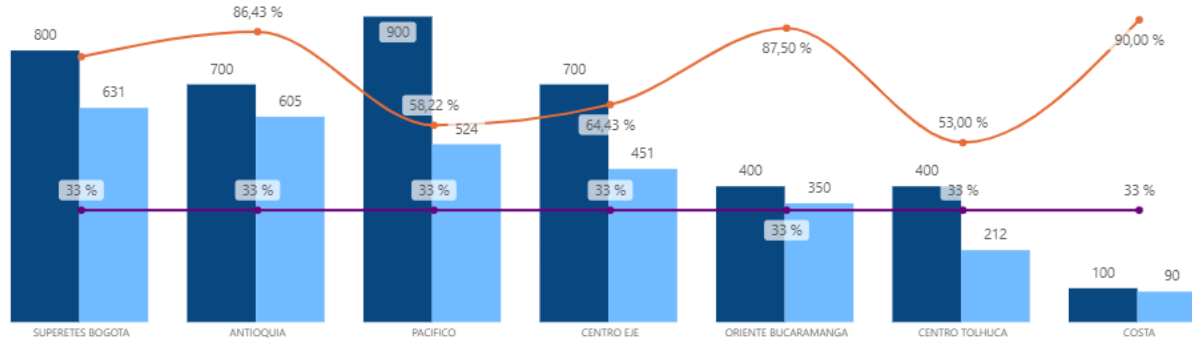


71,58%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● % Implementación ● % Curva



Aspectos Positivos:



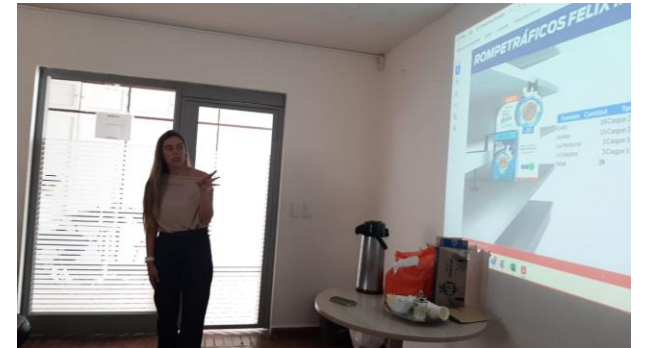
- Atractiva para el cliente y efectiva para estimular la compra y aumentar la rotación del producto.
- Apoya la visibilidad y dinamismo del portafolio, fortaleciendo la presencia de ambas marcas en el punto de venta.

Aspectos Negativos:



- Concentración en los mismos puntos de venta (paretos). Se recomienda ampliar la cobertura para incluir tiendas con potencial de crecimiento y diversificar la implementación.

Reunión de ciclo Septiembre



Gracias