



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

GRUPO **Ohla**



INFORME DE GESTIÓN NESTLÉ PURINA

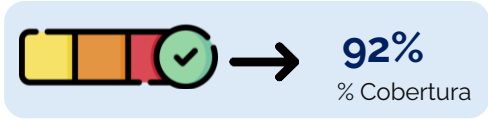
Marzo 2025



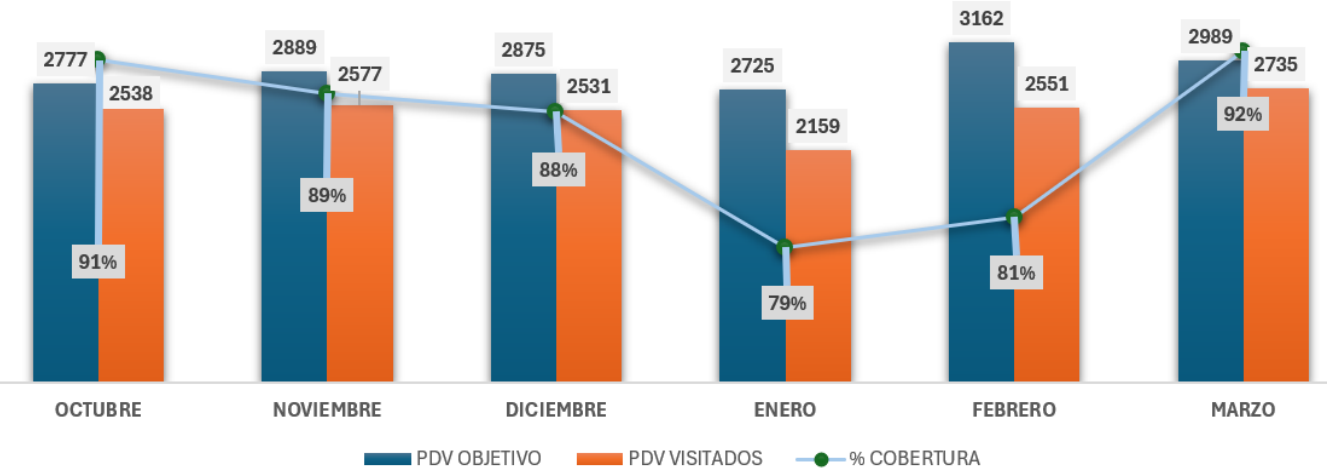
VISION & MARKETING
especialistas en punto de compra

Ohla

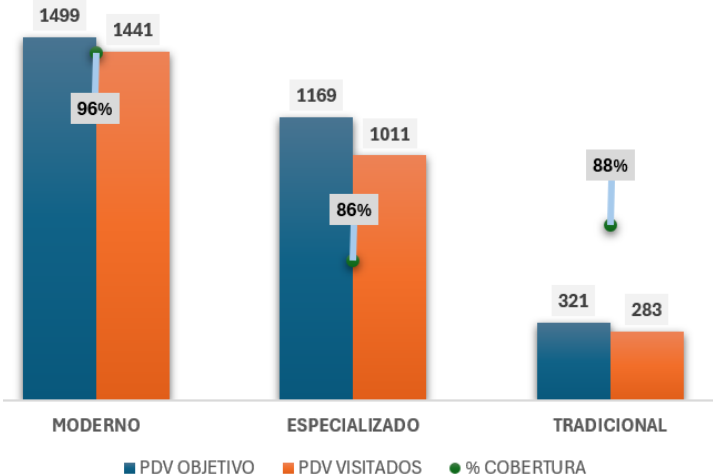
Cobertura Marzo 2025



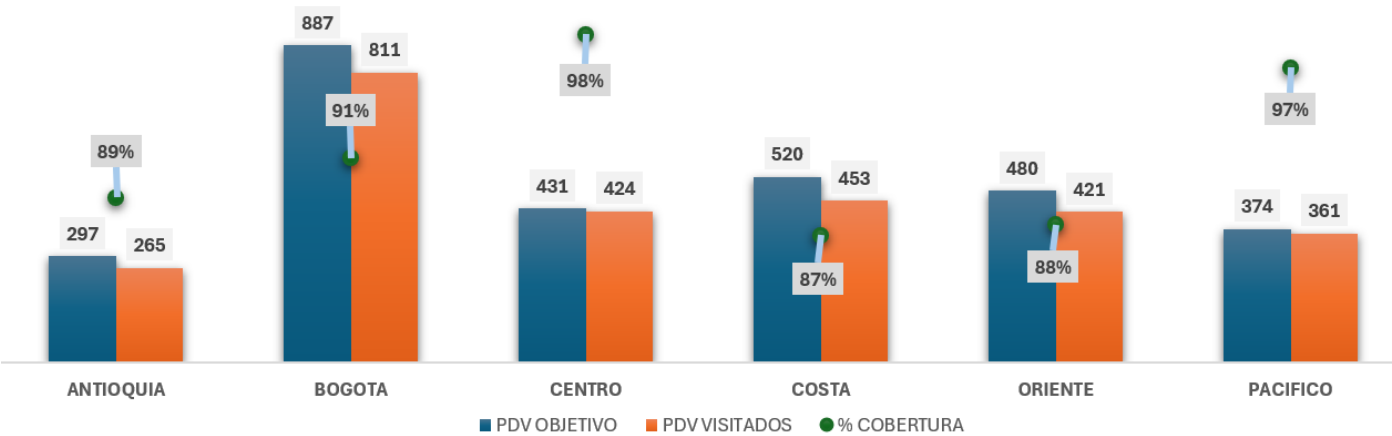
Tendencia cobertura Oct 2024-Mar 2025



% Cobertura por canal Marzo 2025



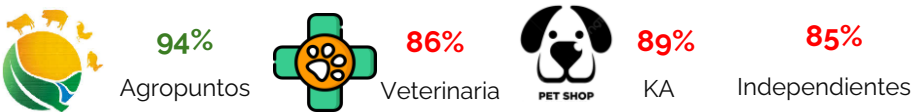
% Cobertura por regional Marzo 2025



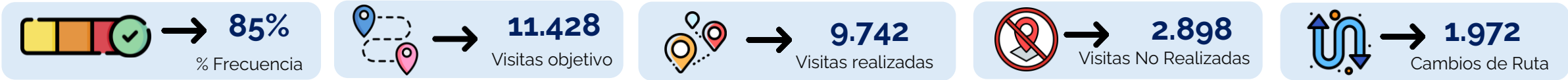
Las cadenas con menor % de cobertura son:



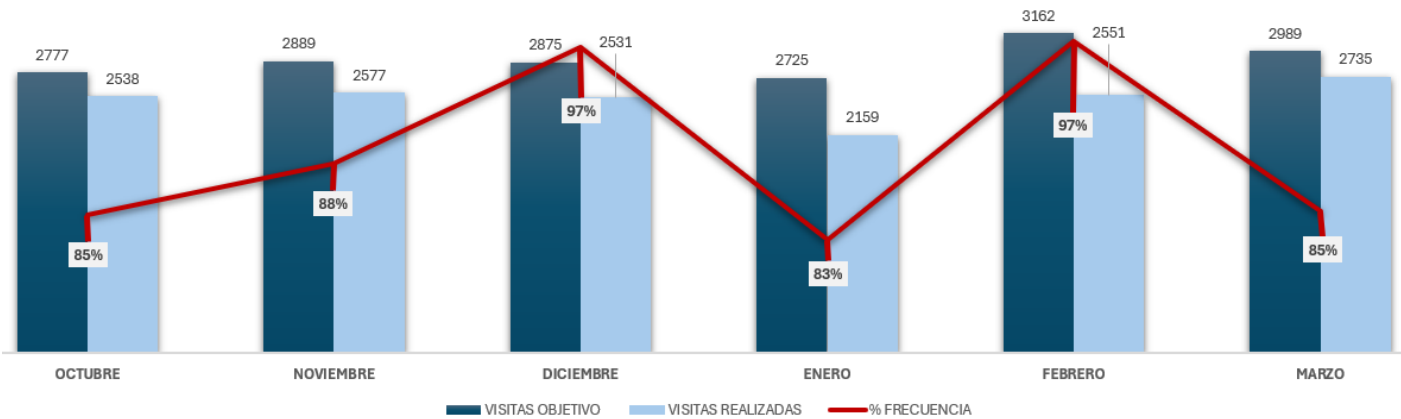
Los formatos especializados con menor % de cobertura son:



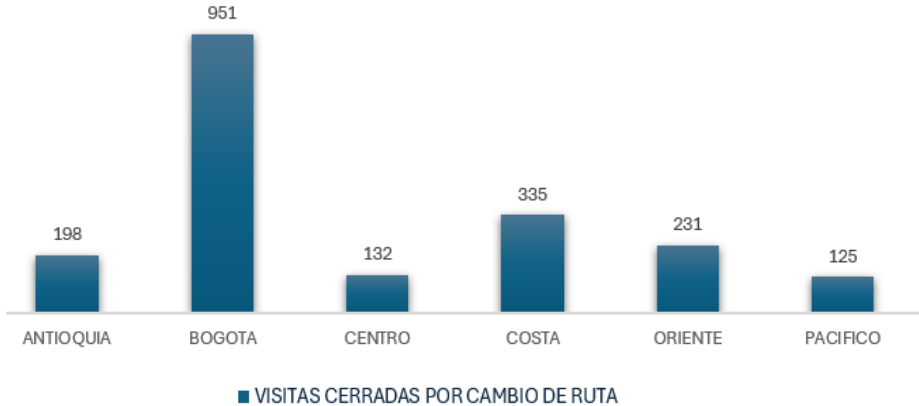
Frecuencia Marzo 2025



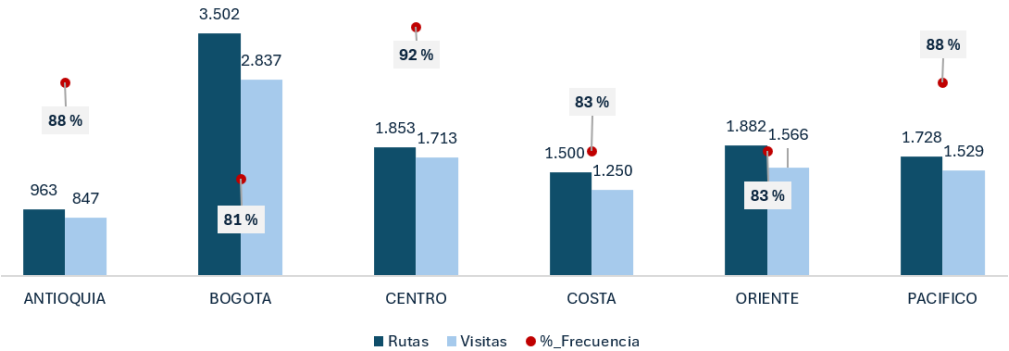
Tendencia frecuencia Oct 2024-Mar 2025



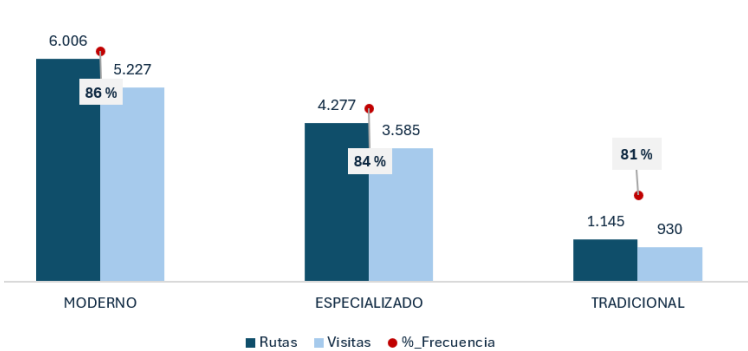
Visitas cerradas por novedad cambio de ruta Marzo 2025



% Frecuencia por regional Marzo 2025



% frecuencia por canal de Marzo 2025



Origen rutas de Marzo 2025

ORIGEN	VISITAS REALIZADAS
EXTRARUTA	1.652
PLANO	8.090

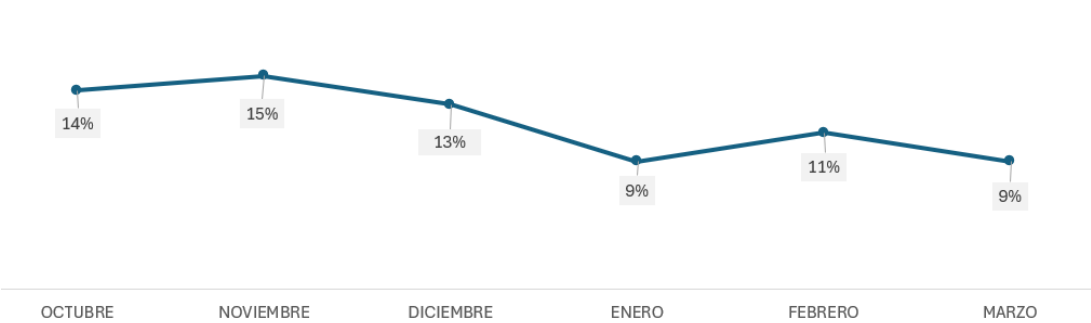
Se cumplió con el 71% del rutero establecido. El restante de las visitas realizadas fueron extra rutas que cubren las novedades por cambio de ruta.



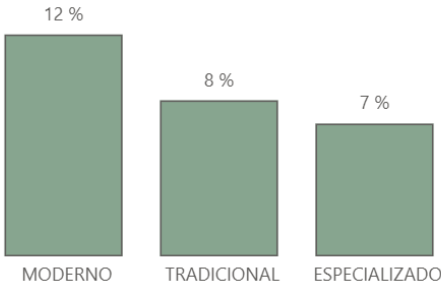
Se implementará reporte quincenal dando visibilidad al equipo de fuerza de ventas el impacto de los cambios de ruta, con el fin de mitigar las novedades tanto en cobertura como en frecuencia.

Agotados

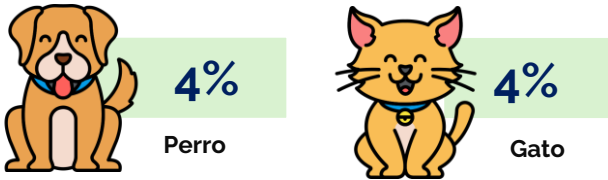
Tendencia % de agotados Oct 2024-Mar 2025



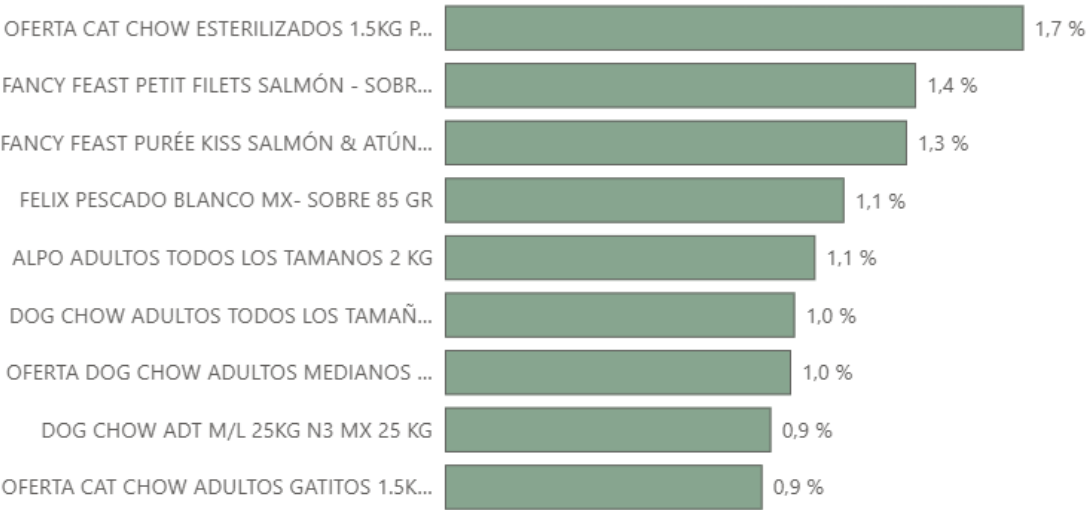
% de agotados por canal Marzo 2025



% de agotado por categoría Marzo 2025



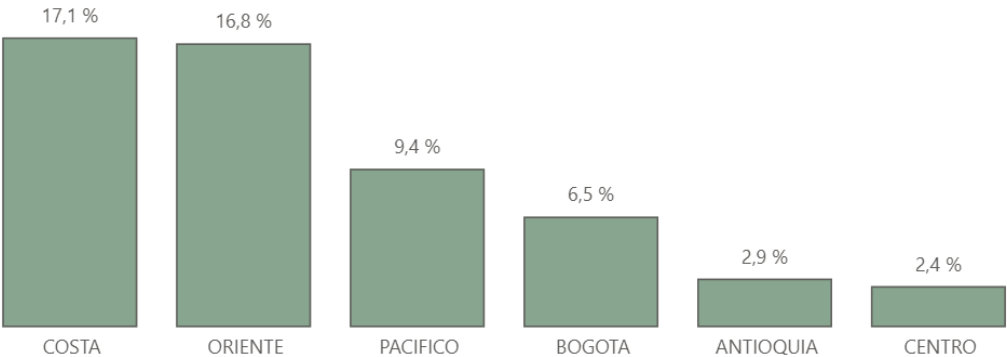
Top 9 de productos agotados Marzo 2025



Top 5 de cadenas con mayor % de agotado Enero 2025



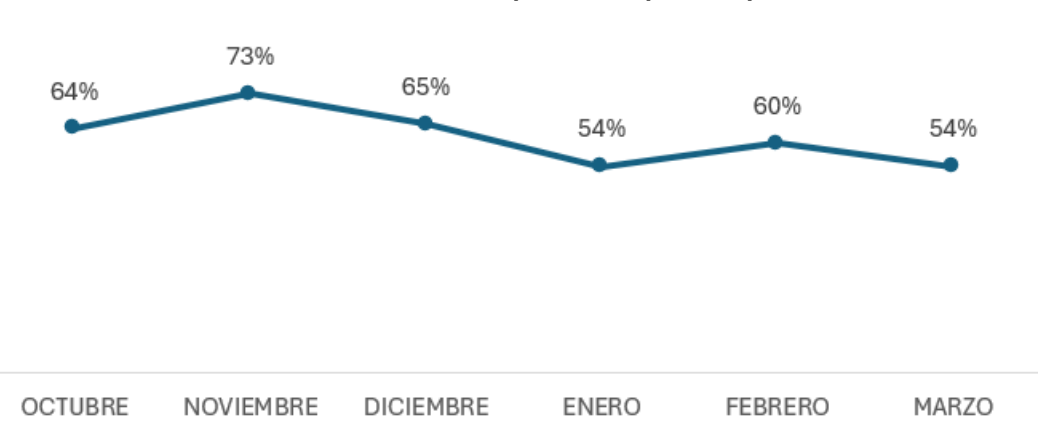
% Agotado por Regional Marzo 2025



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

Chequeo de precios

Tendencia mensual % captura chequeo de precios



1.889
PDV Objetivo

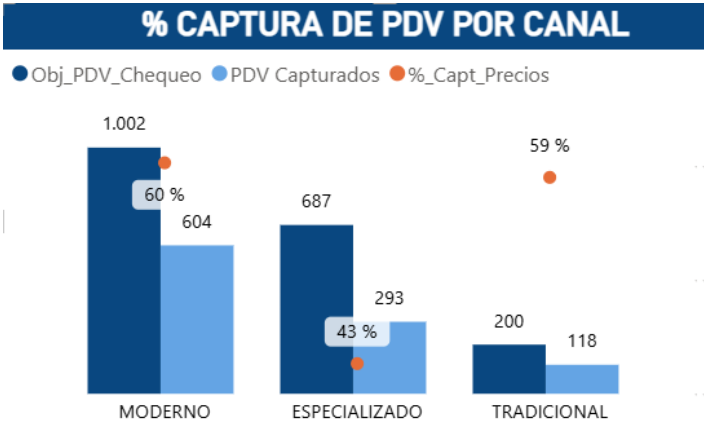


1.015
PDV Capturados

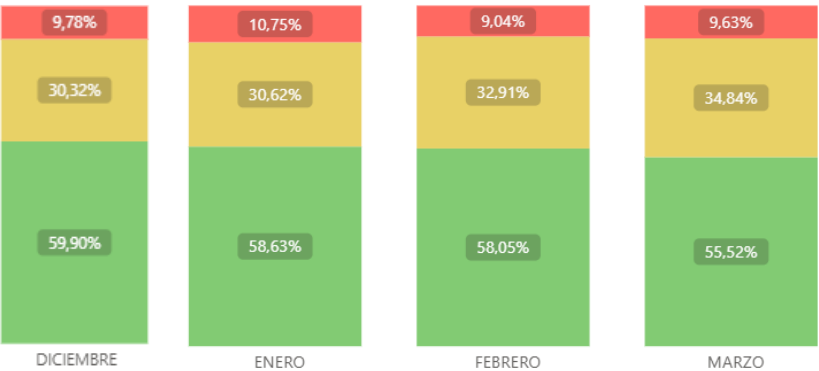


54%
% Cump. Captura

Pdv capturados por canal



Tendencia mensual % chequeo de precios



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

Adherencia de precios Marzo 2025



642
PDV con referencias con precio por encima



65
Referencias con precio por encima

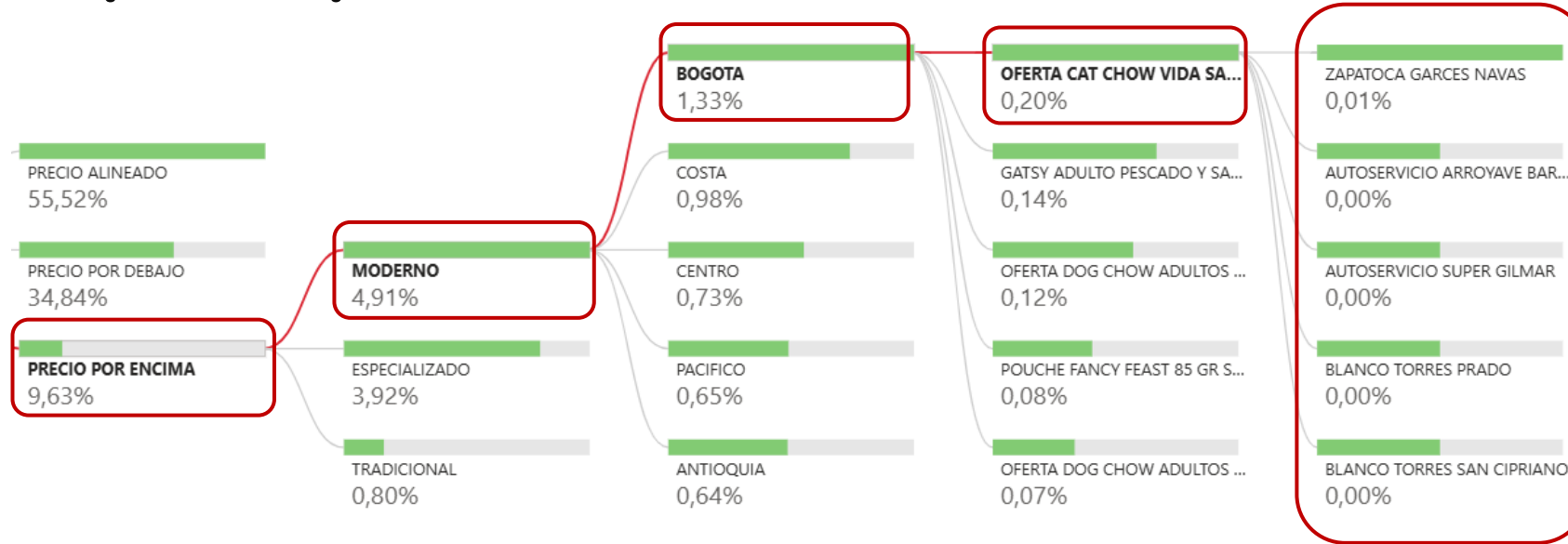


956
PDV con referencias con precio por debajo



75
Referencias con precio por debajo

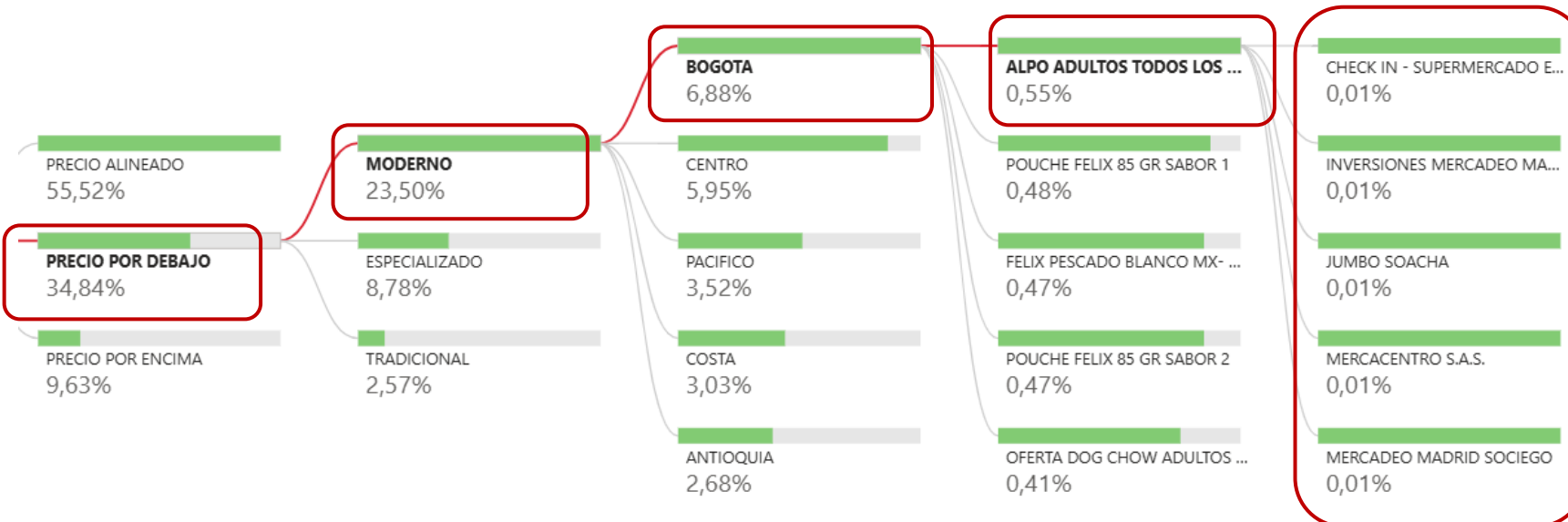
Chequeo de precios



PRECIO POR ENCIMA MARZO 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 **Oferta Cat Chow Vida Sana P1K LL 1.3k**

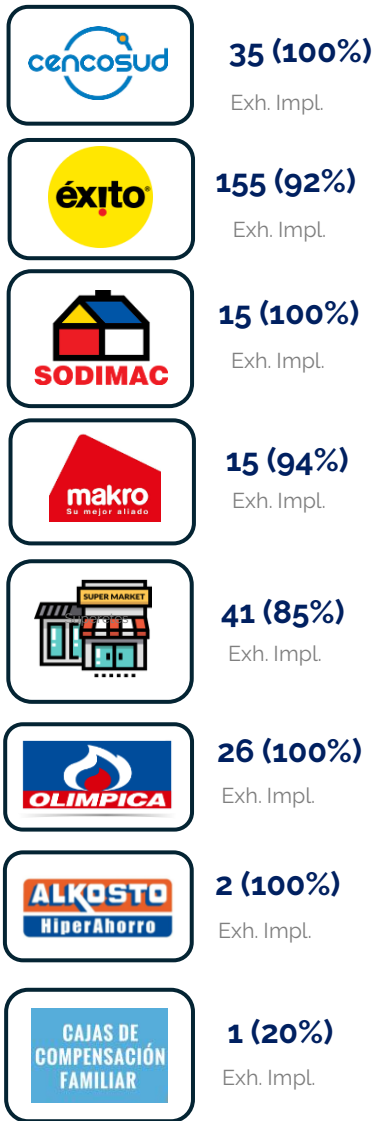


PRECIO POR DEBAJO MARZO 2025



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
Marzo 2025

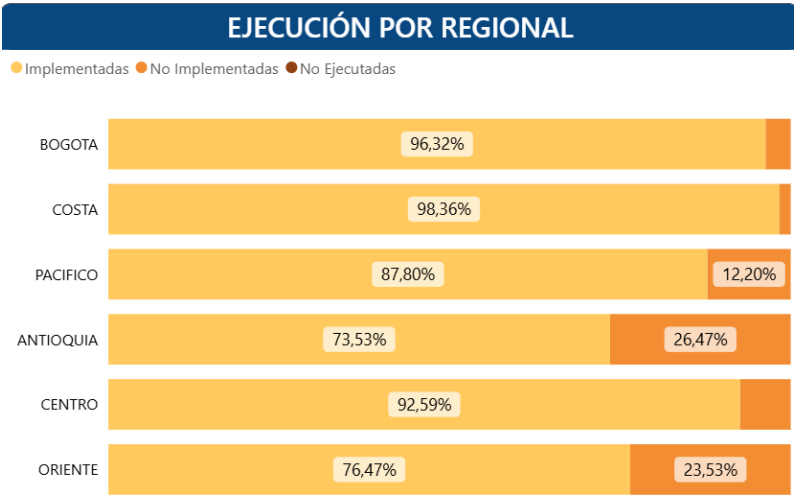


Ejecución Marzo 2025



El 8% de las exhibiciones negociadas fueron marcadas como **NO IMPLEMENTADAS**. El **100%** de las exhibiciones fueron **GESTIONADAS**

Ejecución por regional Marzo 2025



En el mes de marzo se focalizó al equipo en gestionar todas las exhibiciones independientemente de los cambios de ruta, por ende, este módulo fue gestionado en un 100%

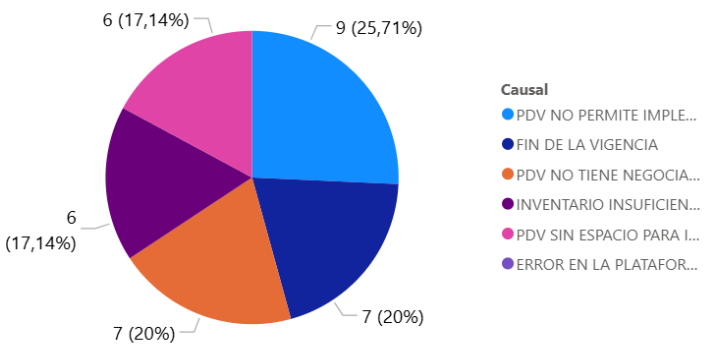
Exhibiciones negociadas Marzo 2025

Participación por tipo de exhibición Marzo 2025



Causales de no Implementación Marzo 2025

CAUSALES NO IMPLEMENTACIÓN





Consolidado dinámicas comerciales (redenciones) Vigentes 2025



Amarre Caja de Colores Moderno



285

PDV impactados



48

Personas involucradas



Moderno

Canal



52

Poblaciones

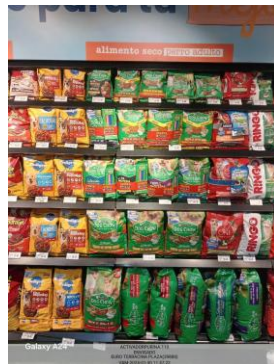
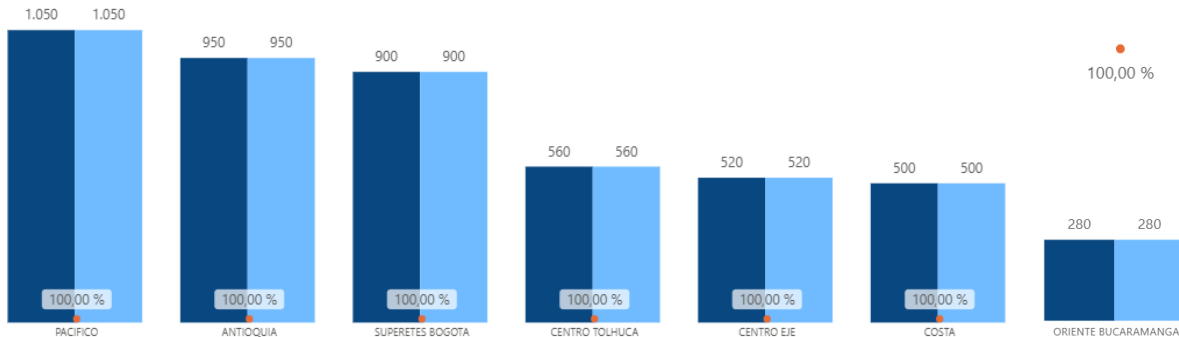


100%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



Aspectos Positivos:



- **Creó un impacto positivo en el punto de venta**, siendo una activación oportuna y llamativa, especialmente alineada con la temporada escolar.
- Fue bien recibido tanto por los shoppers como por los clientes, destacando como una **estrategia diferenciadora** frente a otras promociones en el lineal.

Aspectos Negativos:



- No se incluyó el obsequio en las **referencias de mantenimiento**, a pesar de ser productos con buena rotación.
- Incluir estas referencias en futuras activaciones podría **potenciar aún más el sell out** y capitalizar sobre su buen desempeño en punto de venta.



Amarre dispensador Cat Chow Moderno



180

PDV impactados



47

Personas involucradas



Moderno

Canal



43

Poblaciones

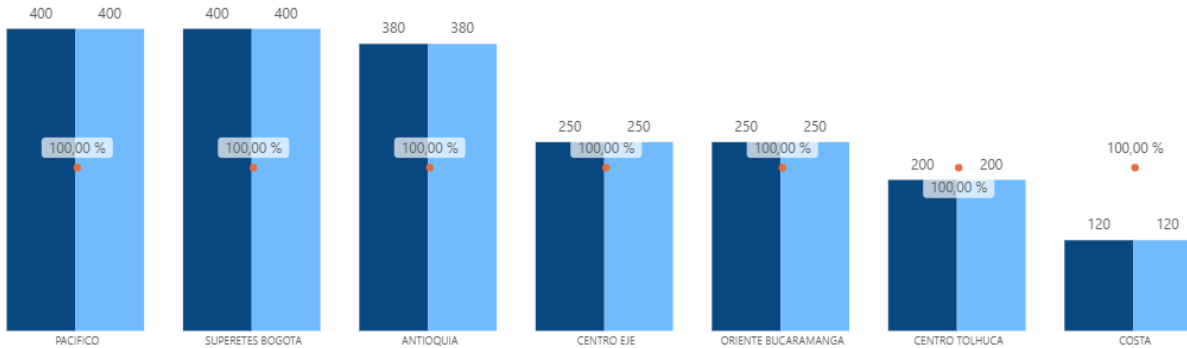


100%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



Aspectos Positivos:



- El cliente valoró positivamente el amarre del dispensador, destacando que representa una forma de **entretener a la mascota**.
- El obsequio resultó llamativo para el shopper, generando una buena dinámica en el punto de venta.
- La acción contribuyó de manera efectiva a **incrementar el sell out del producto**.

Amarre Excellent + Dentalife o Beggin



335

PDV impactados



66

Personas involucradas



Especializado

Canal



35

Poblaciones

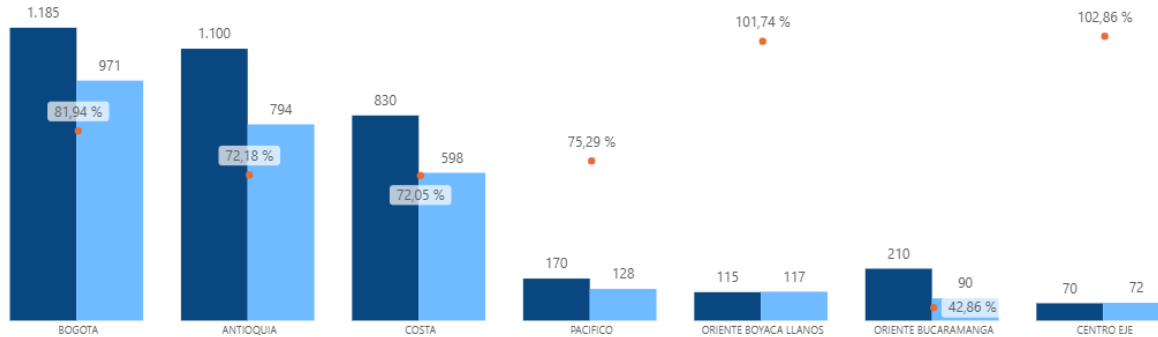


75,27%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



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 Hueso Dispensador Oriente



14

PDV impactados



3

Personas involucradas



Moderno

Canal



5

Poblaciones

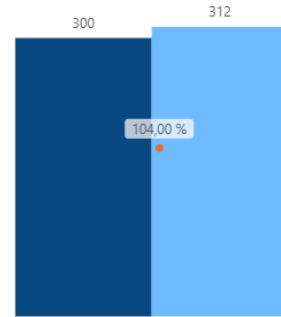


100%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



ORIENTE BUCARAMANGA



Aspectos Positivos:



- Se implementaron huesos como obsequio en las presentaciones de 2 kg, reemplazando los anteriores obsequios de colores que se habían perdido.
- Esta acción **contribuyó significativamente a la rotación de producto con fechas cortas**, facilitando la evacuación del inventario en tiempo oportuno.
- Fue una solución efectiva para mantener la dinámica activa y con buen desempeño en el punto de venta.

Amarre Pouches Pro Plan Enero



243

PDV impactados



59

Personas involucradas



Especializado

Canal



40

Poblaciones

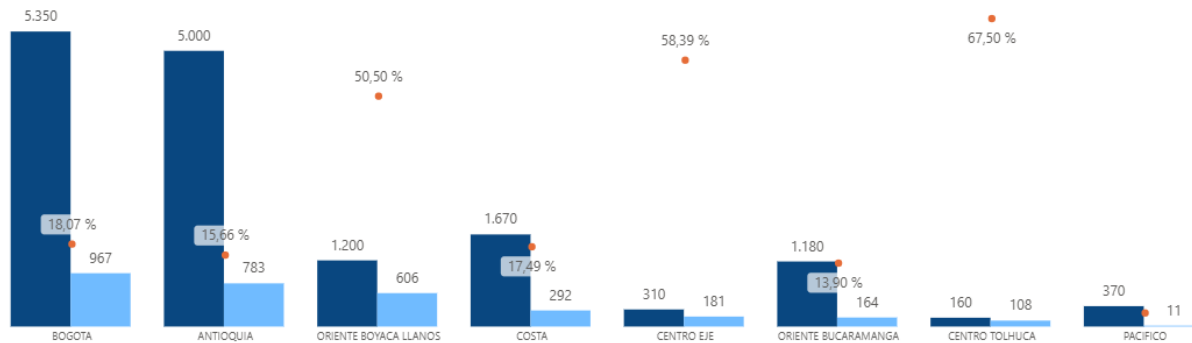


20,42%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

Asignadas Implementadas %_Implem_Redem



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**.



Balconeras y Ristras Promo Corporativa



81

PDV impactados



44

Personas involucradas



Moderno

Canal



33

Poblaciones

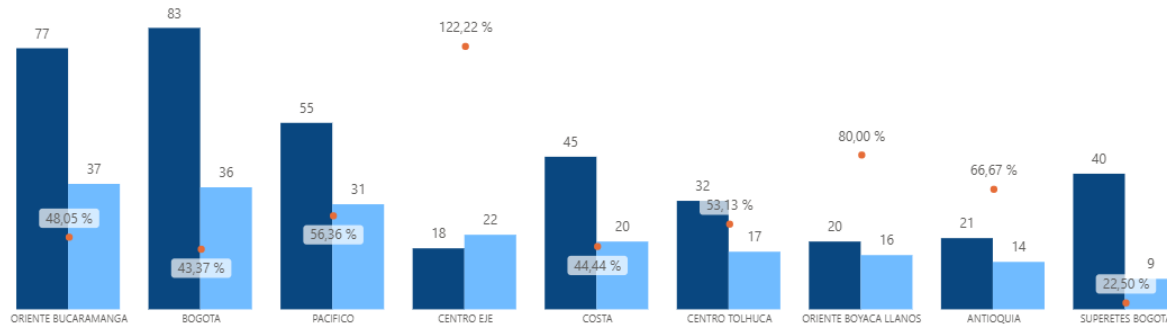


51,66%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_implem_Redem



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



39

PDV impactados



12

Personas involucradas



Moderno

Canal



5

Poblaciones

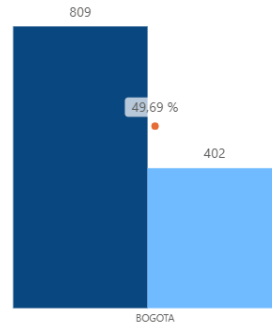


49,69%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



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.



Bandeja Wet Tradicional



20

PDV impactados



8

Personas involucradas



Tradicional

Canal



7

Poblaciones

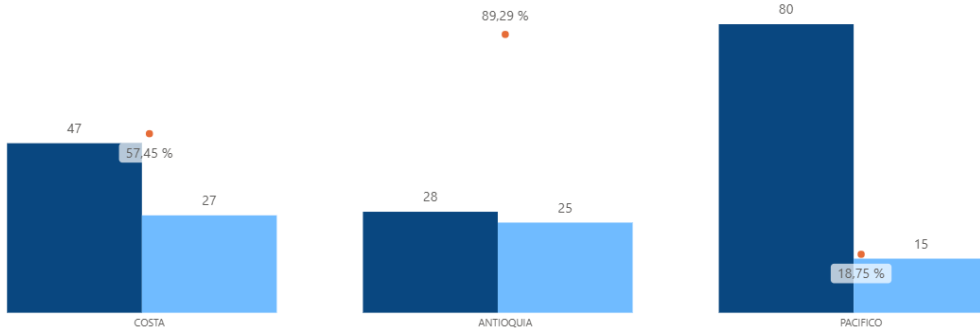


43,23%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Reden



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.



VISION & MARKETING
especialistas en punto de compra
Ohla

Plan Pega Superetes Marzo 2025



131

PDV impactados



37

Personas involucradas



Superetes

Canal



32

Poblaciones

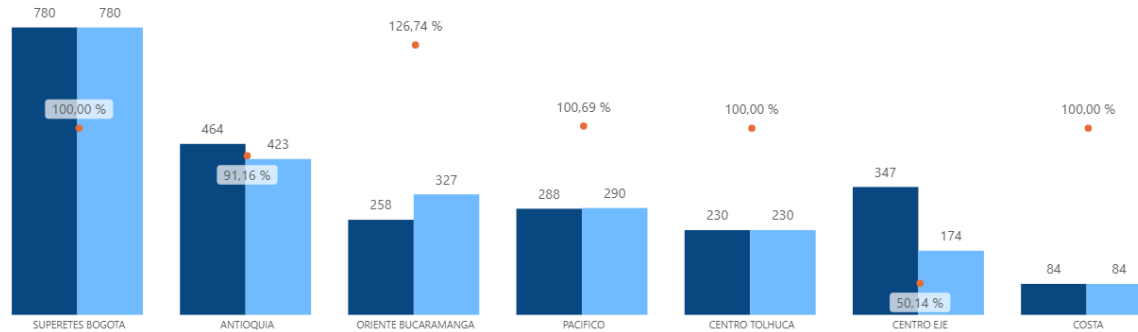


94,17%

% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Redem



Aspectos Positivos:



- La implementación del amarre **se realizó sin inconvenientes**, y fue bien aceptada por los shoppers, quienes se lo llevaban sin objeciones.
- Se destaca como una **dinámica efectiva para incentivar la venta** y fortalecer la decisión de compra en el punto de venta.

Sugerencias:



- Se sugiere **abrir alternativas para los amarres**, ya que en algunas ocasiones la rigidez en la selección puede **retrasar el avance de la actividad** en punto de venta.
- Contar con opciones más flexibles permitiría adaptarse mejor a la disponibilidad de producto y a las condiciones de ejecución en campo.



Plan Pega Tradicional Cat Chow * 200Gr



13

PDV impactados



6

Personas involucradas



Tradicional

Canal



8

Poblaciones

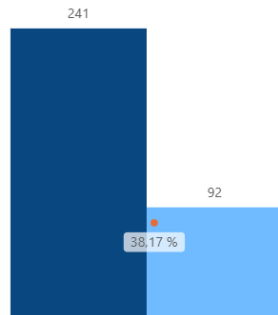


45,30%

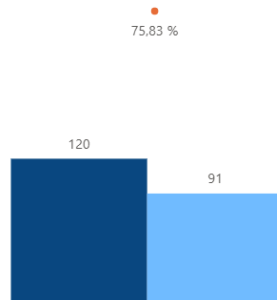
% de implementación

REDENCIONES ENTREGADAS VS IMPLEMENTADAS POR ZONA

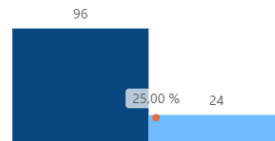
● Asignadas ● Implementadas ● %_Implem_Reden



PACÍFICO



ANTIOQUIA



COSTA



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.



Reunión de ciclo Marzo



Gracias