

INFORME DE GESTIÓN

JULIO 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	JUNIO	JULIO
PACIFICO	98%	98%
CENTRO	90%	90%
BOGOTA	89%	90%
ANTIOQUIA	91%	87%
ORIENTE	79%	76%
COSTA	74%	77%

De Junio a Julio se evidencia una disminución en el porcentaje de cobertura, principalmente en las regionales de **ANTIOQUIA y ORIENTE** del **4%** y **3%** respectivamente. Sin embargo, **ORIENTE y COSTA** fueron las que tuvieron un cumplimiento por debajo al 80%.

COBERTURA POR CANAL

El único canal con un aumento en el cumplimiento de cobertura fue moderno con un 2% de incremento. El canal Tradicional y Especializado tuvieron una disminución en el % de cobertura con respecto al mes de Junio.

CANAL	JUNIO	JULIO
MODERNO	88%	90%
TRADICIONAL	84%	83%
ESPECIALIZADO	84%	82%



86% de cumplimiento de cobertura en el mes de Julio, con 2.418 PDV visitados al mes, y 393 PDV pendientes por visitar.



Los 393 Puntos De Venta pendientes por visitar, están distribuidos por regional y por canal, representados en número, de la siguiente manera:

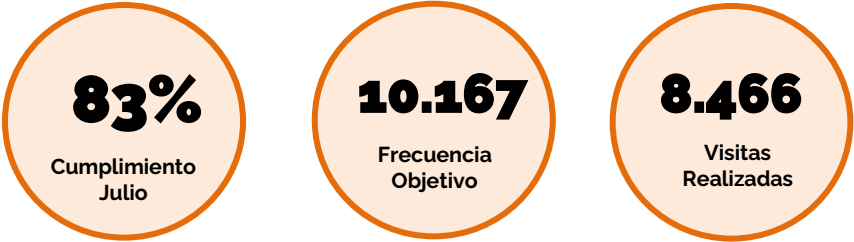
REGIONAL	ESPECIALIZADO	MODERNO	TRADICIONAL	TOTAL
ANTIOQUIA	19	10	1	30
BOGOTA	32	47		79
CENTRO	19	10	16	45
COSTA	40	47	47	134
ORIENTE	65	14	17	96
PACIFICO	3	3	3	9
TOTAL	178	131	84	393

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

1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS - TOTAL

83% de cumplimiento de frecuencias en el mes de Julio, con 8.466 visitas realizadas al mes de un objetivo de 10.167 frecuencias.



Del total de 8.466 visitas realizadas, 1.314 frecuencias fueron programadas como **extra ruta** y 7.152 fueron gestionadas por **plano**, es decir, fueron rutas cargadas previamente.

ORIGEN	VISITAS REALIZADAS
EXTRA RUTA	1.314
PLANO	7.152



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

FRECUENCIA POR REGIONAL

REGIONAL	JUNIO	JULIO
PACIFICO	81%	92%
CENTRO	82%	84%
BOGOTA	66%	80%
ANTIOQUIA	80%	92%
ORIENTE	71%	77%
COSTA	68%	77%

Para el cierre de Julio, todas las regionales presentaron un incremento en el cumplimiento de frecuencias con respecto al mes pasado.

Sin embargo, Costa y Oriente, son las regional con mayor oportunidad, ya que se encuentran por debajo del 80% en el cumplimiento en frecuencias.

FRECUENCIA POR CANAL

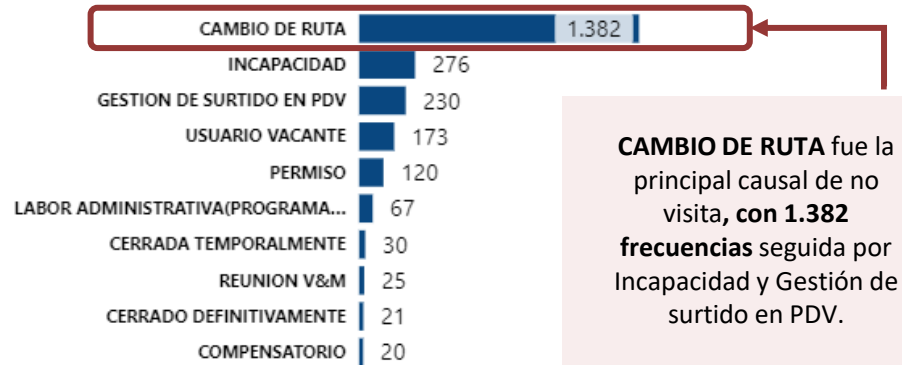
CANAL	JUNIO	JULIO
MODERNO	75%	84%
TRADICIONAL	70%	86%
ESPECIALIZADO	72%	82%

Los 3 canales crecieron en su cumplimiento de frecuencias con respecto al mes anterior.

1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS – CAUSALES DE NO VISITA

CAUSALES DE NO VISITA



CAMBIO DE RUTA fue la principal causal de no visita, con **1.382** frecuencias seguida por Incapacidad y Gestión de surtido en PDV.

1.241

MODERNO

778

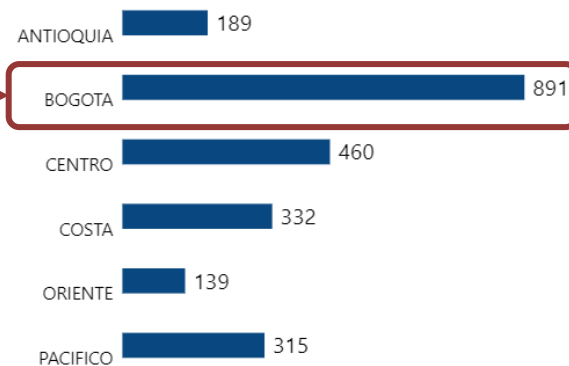
ESPECIALIZADO

307

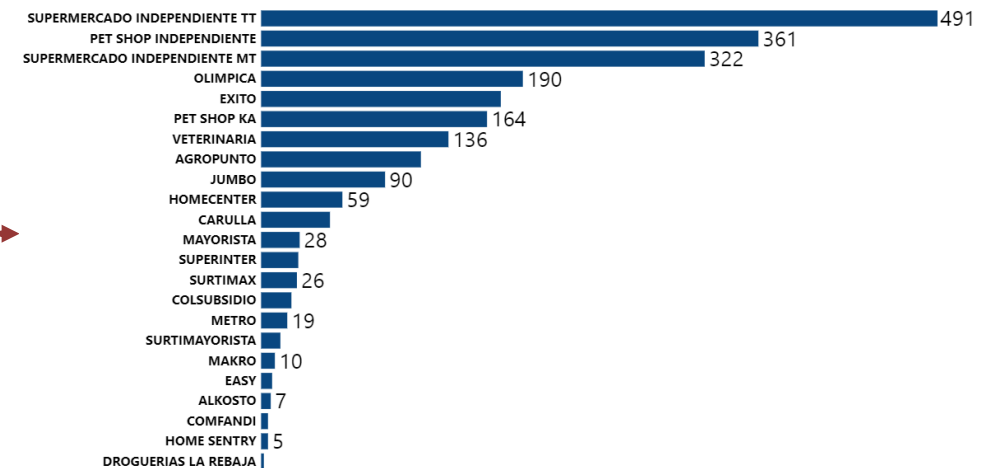
TRADICIONAL

El canal moderno tuvo el mayor número de frecuencias capturadas como **NO VISITADO** con un total de **1.241** visitas. En Total, **1.374** frecuencias no se gestionaron debido al **CAMBIO DE RUTA**.

Bogotá fue la regional con mayor número de frecuencias en estado **NO VISITADO** con **891** visitas. La principal causal fue por **cambio de ruta**, siendo 487 para Bogotá, 286 para Centro y 258 para Costa.



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



1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS – CADENAS



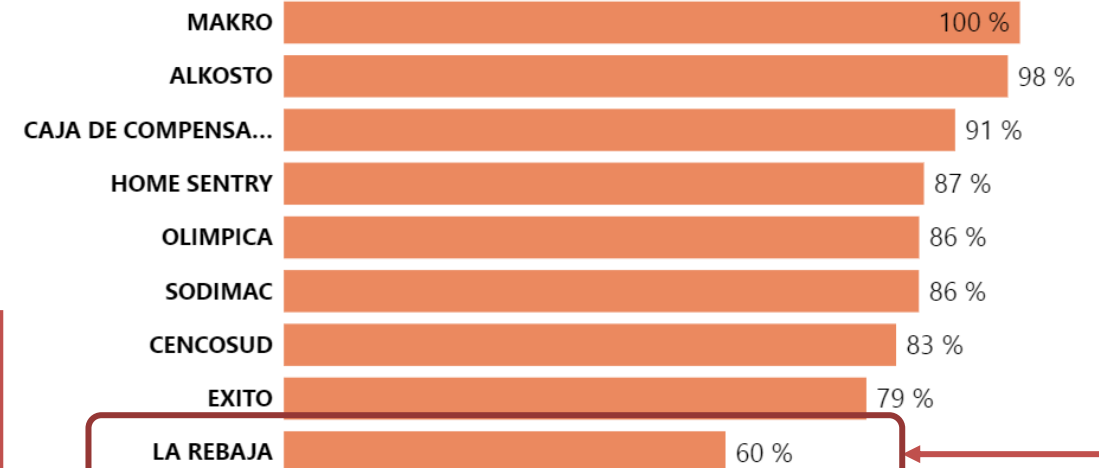
COSTA es la regional con más oportunidad en el cumplimiento de frecuencias en el canal Moderno con el formato de cadenas, con cumplimiento menor al 82%.

84%

Cumplimiento
frecuencias

La cadena que tiene el 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

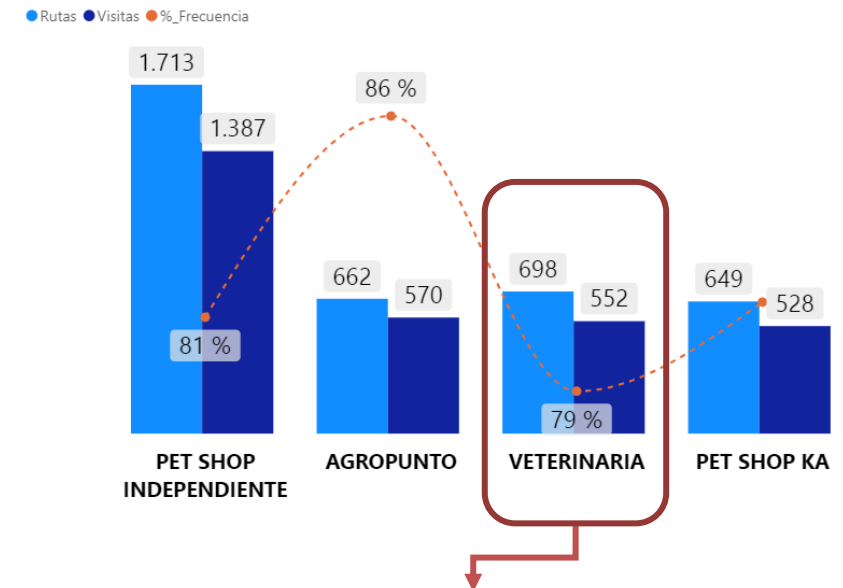


Bogotá y Oriente son las regionales con mayor oportunidad debido a que son las que tiene el menor porcentaje de cumplimiento de frecuencias, por debajo del **80%**.

Luego de Bogotá y Oriente, las regionales **Costa, Centro y Pacifico** son las siguientes con una oportunidad de mejora ya que tienen **cumplimientos de frecuencias menores al 90%**.

Oriente es la regional con menor porcentaje de cumplimiento, siendo de un **73%** seguido por **Bogotá**, la regional con mayor número de visitas programadas, donde, de las 1.022, solamente se realizaron **775 visitas**, lo que representa el **76%** en cumplimiento de frecuencias.

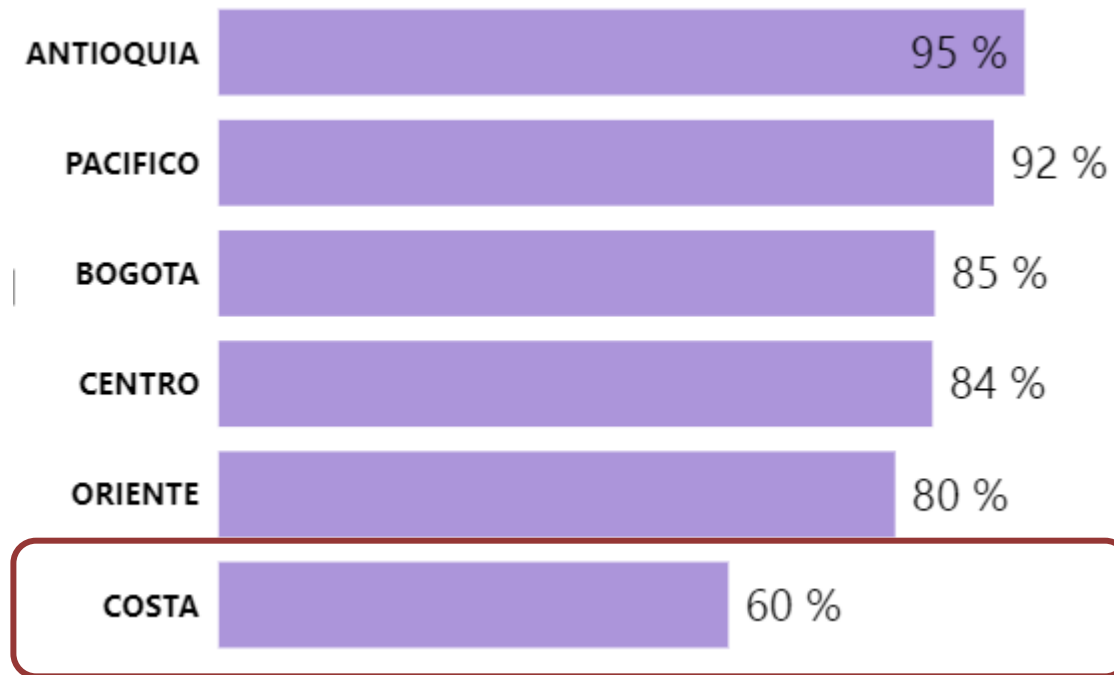
REGIONAL	FRECUENCIAS PROGRAMADAS	FRECUENCIAS EJECUTADAS	% EFECTIVIDAD FRECUENCIAS
ANTIOQUIA	406	376	93 %
COSTA	516	442	86 %
CENTRO	544	460	85 %
PACIFICO	527	466	88 %
ORIENTE	707	518	73 %
BOGOTA	1.022	775	76 %



El formato con mayor porcentaje de cumplimiento fue **AGROPUNTO** con un **cumplimiento del 86%**. El formato **VETERINARIA**, con **146 visitas pendientes por gestionar**, fue el formato con menor porcentaje de cumplimiento del **79%**.

1. COBERTURA Y FRECUENCIA

FRECUENCIAS – FORMATO SUPERETES



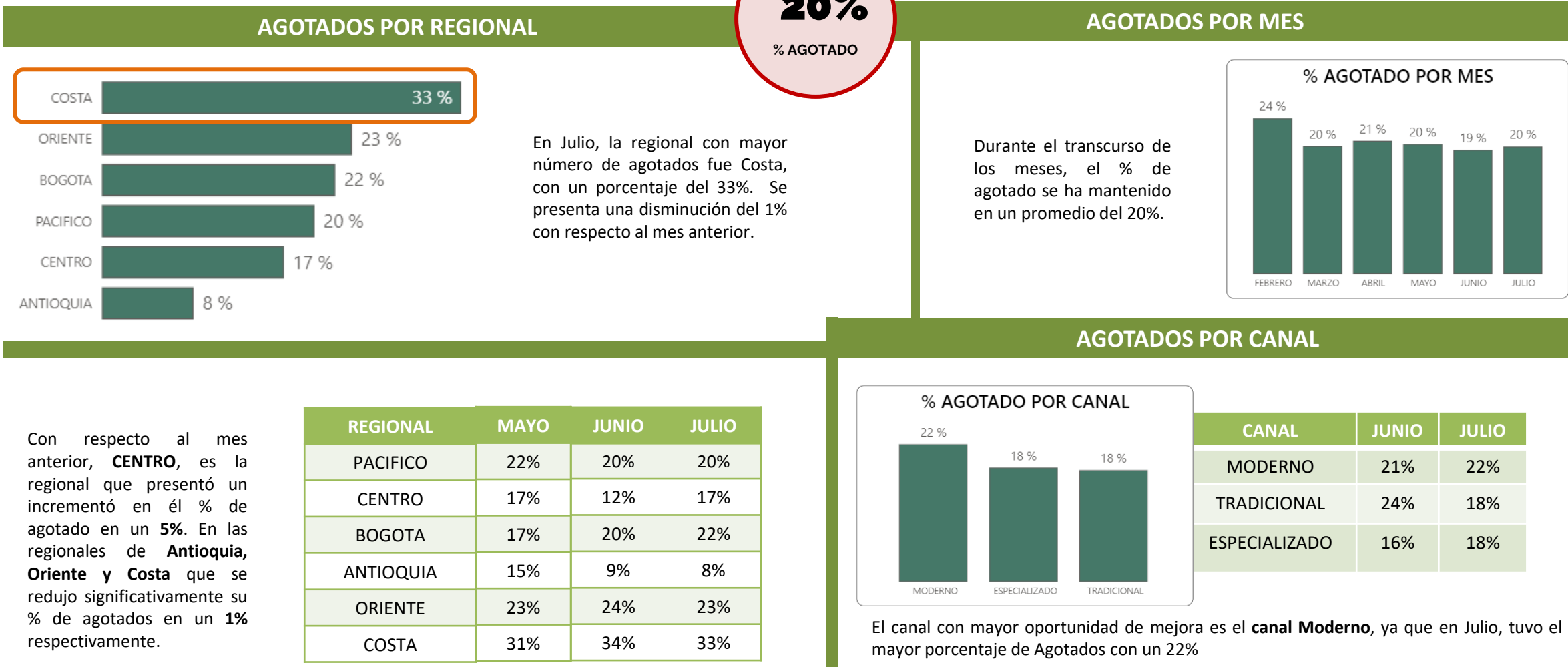
Costa es la regional con más oportunidad en el cumplimiento de frecuencias en el formato de **SUPERETES** con un cumplimiento menor al 80%.



Costa es la regional con mayor número de visitas NO gestionadas para el mes de Julio, sin embargo, de las **344 frecuencias objetivo**, solamente se realizaron **207 visitas**, lo que representa el **60% en cumplimiento de frecuencias**.

REGIONAL	FRECUENCIAS PROGRAMADAS	FRECUENCIAS EJECUTADAS	% EFECTIVIDAD FRECUENCIAS
COSTA	344	207	60 %
ORIENTE	437	349	80 %
ANTIOQUIA	412	392	95 %
CENTRO	661	557	84 %
PACIFICO	813	744	92 %
BOGOTA	937	792	85 %

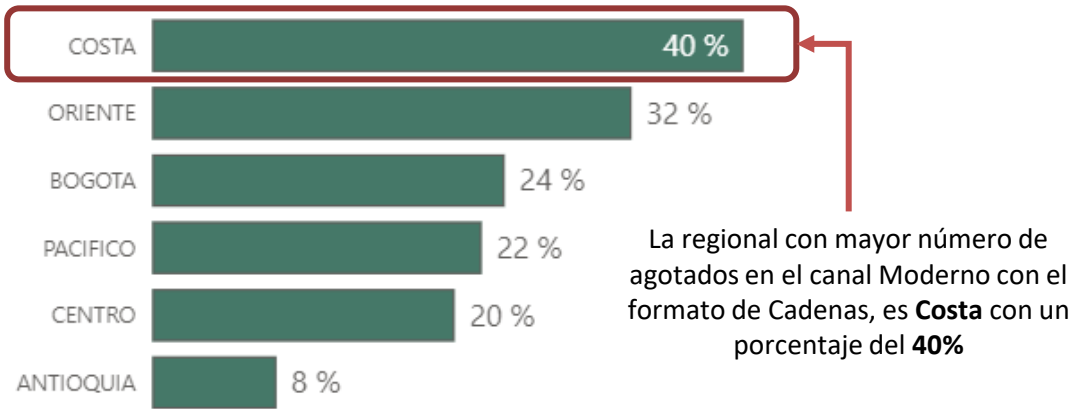
AGOTADOS - TOTAL



20%
% AGOTADO

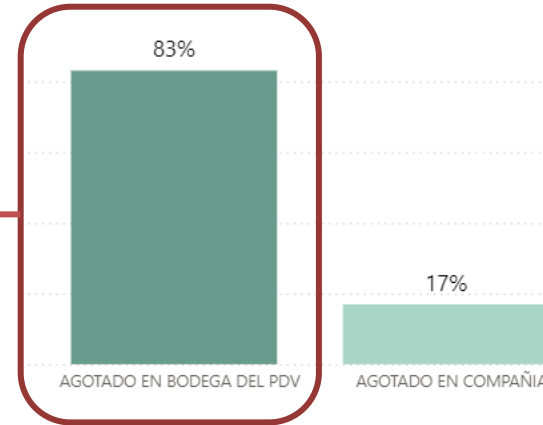
AGOTADOS - CADENAS

AGOTADOS POR REGIONAL



CAUSALES DE AGOTADOS

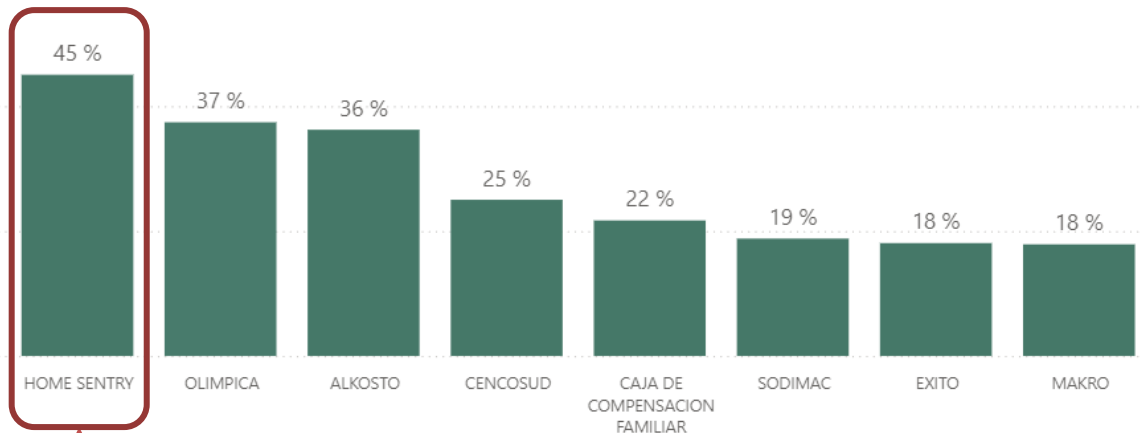
En cadenas, la principal causal de agotados fue **AGOTADO EN BODEGA DEL PDV** con un porcentaje del 83%.



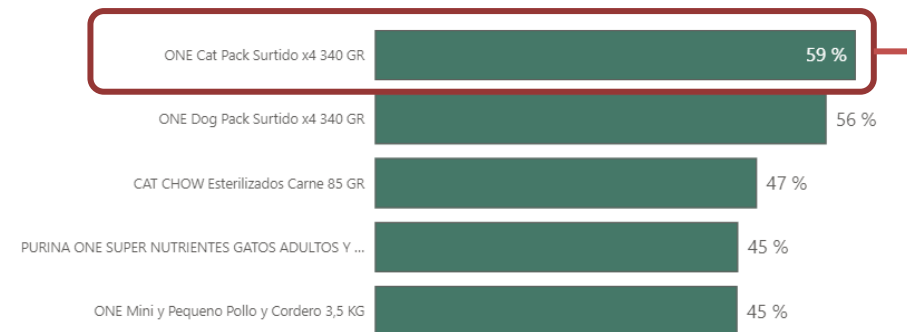
26%

% AGOTADO EN CADENAS

AGOTADOS POR CADENA



TOP 5 AGOTADOS POR PRODUCTO

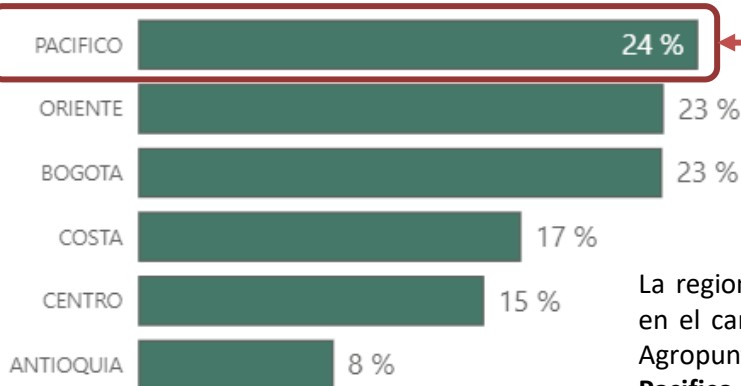


El SKU con mayor % de agotado en Cadenas, fue **One Cat Pack Surtido x4 340 GR** con un **59%**.

2. AGOTADOS

AGOTADOS - FORMATO AGRO/PSHOP/VET

AGOTADOS POR REGIONAL

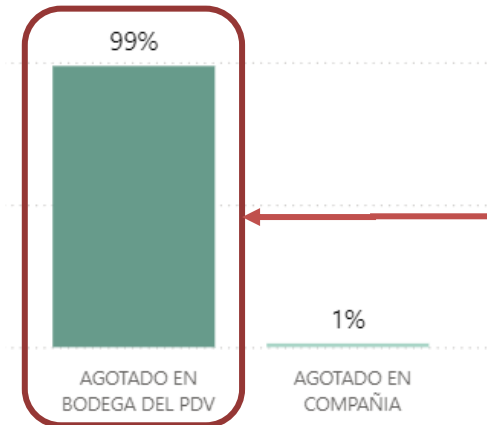


La regional con mayor número de agotados en el canal Especializado con el formato de Agropuntos, Pet Shop y Veterinarias, es **Pacífico** con un porcentaje del **24%**

16%

% AGOTADO PS

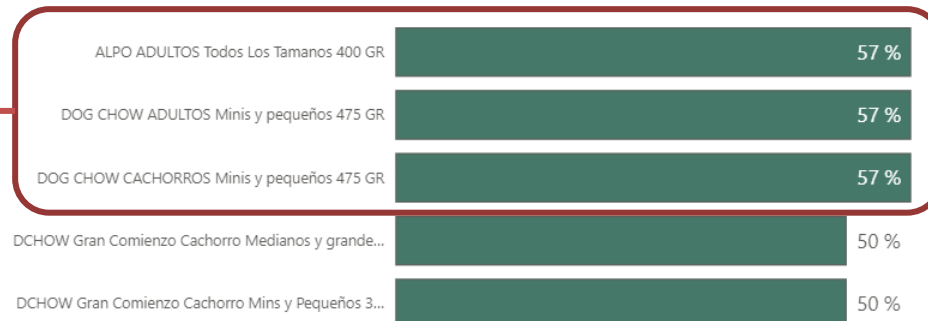
CAUSALES DE AGOTADOS



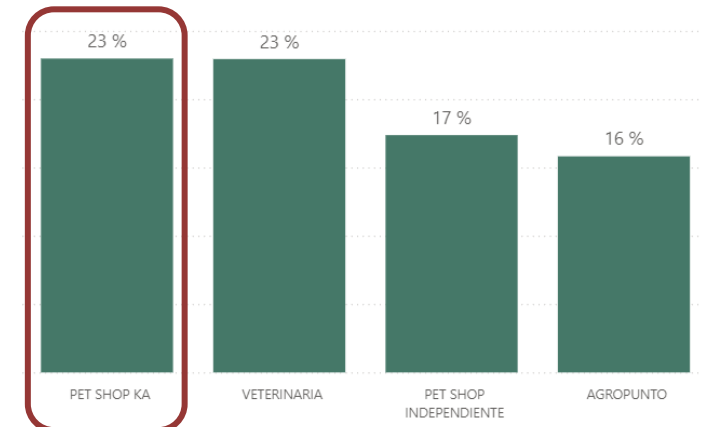
En el formato de Agro/Pshop/Vet la causal de agotado con mayor participación fue **AGOTADO EN BODEGA DEL PDV** con un **99%**.

TOP 5 PRODUCTOS AGOTADOS

El SKU con mayor % de agotado en el formato de Agropunto, Pet Shop y Veterinarias, fue Alpo Adultos Todos los Tamaños 400 GR, Dog Chow Adultos Minis y Pequeños 475 GR, Dog Chow Cachorros Minis y Pequeños 475 GR con un **37%**



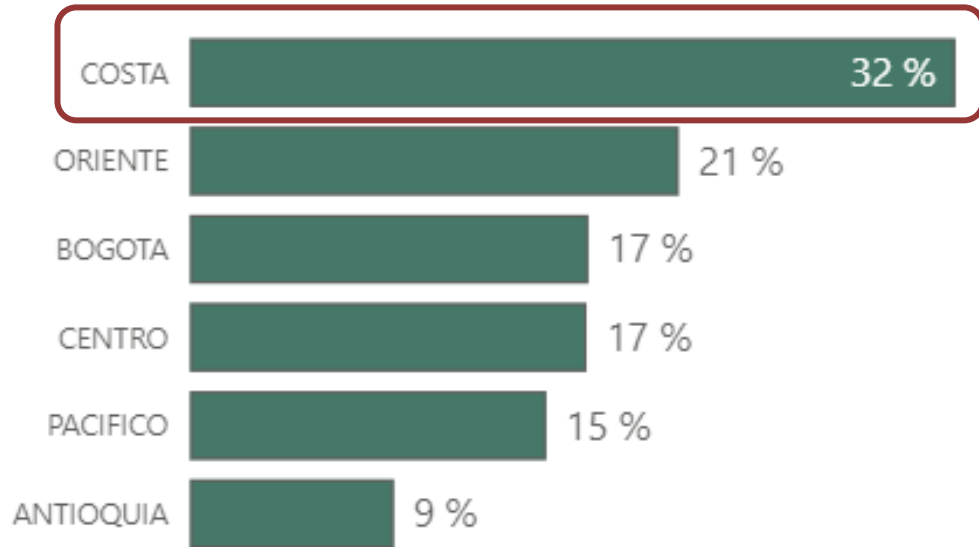
% AGOTADO POR FORMATO



Dentro del canal especializado, el formato con mayor porcentaje de agotados es **PET SHOP KA** con el **23%**

AGOTADOS - FORMATO SUPERETES

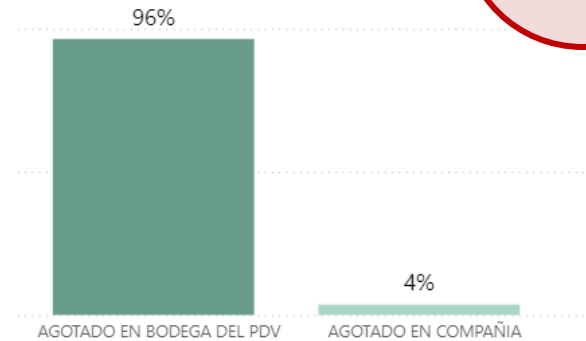
AGOTADOS POR REGIONAL



La regional con mayor número de agotados en el formato de Superetes, es **Costa** con un porcentaje del **32%**

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%

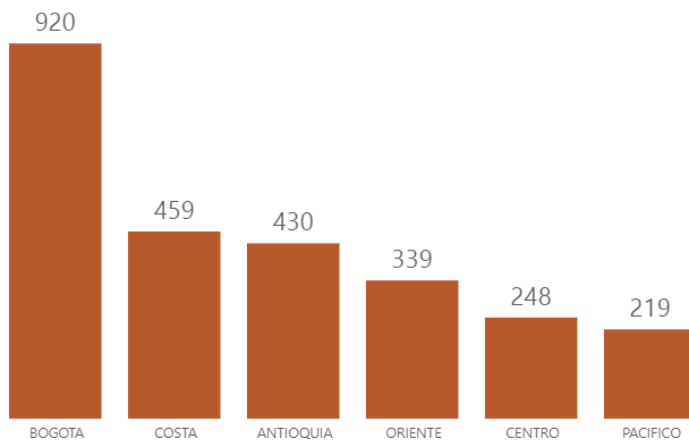
% AGOTADO

TOP 5 PRODUCTOS AGOTADOS



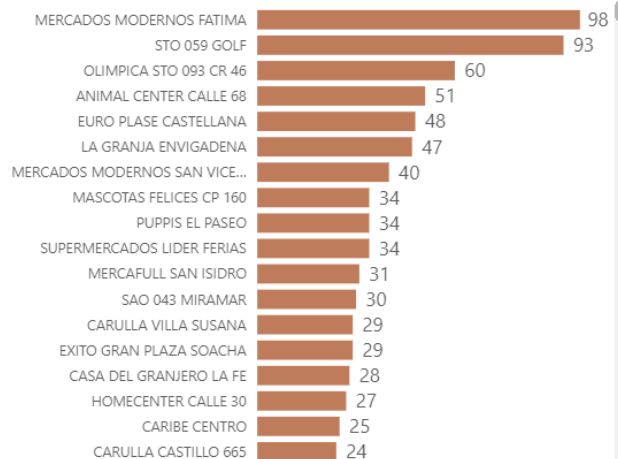
3. VENCIMIENTOS

VENCIDOS POR REGIONAL



Bogotá fue la regional con mayor número de producto vencido en el mes de Julio con 920 unidades.

RANKING PDV CON VENCIMIENTOS



El PDV con mayor registro de vencimientos fue **MERCADOS MODERNOS FATIMA** con **98** unidades.

\$126.803.761

Valorizado Vencimientos

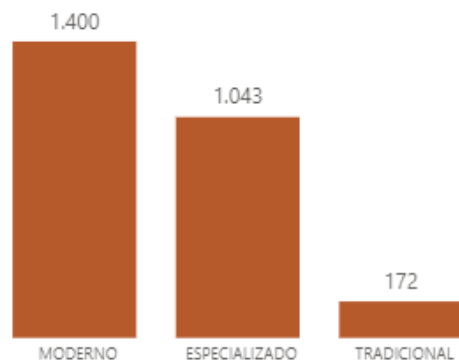
2.615

SKU's Vencidos



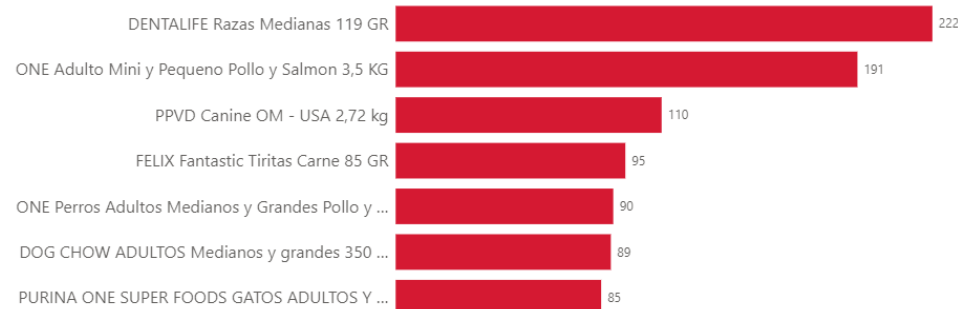
Detalle SKU's vencidos por PDV en Julio: [DETALLE VENCIDOS JULIO.xlsx](#)

VENCIDOS POR CANAL



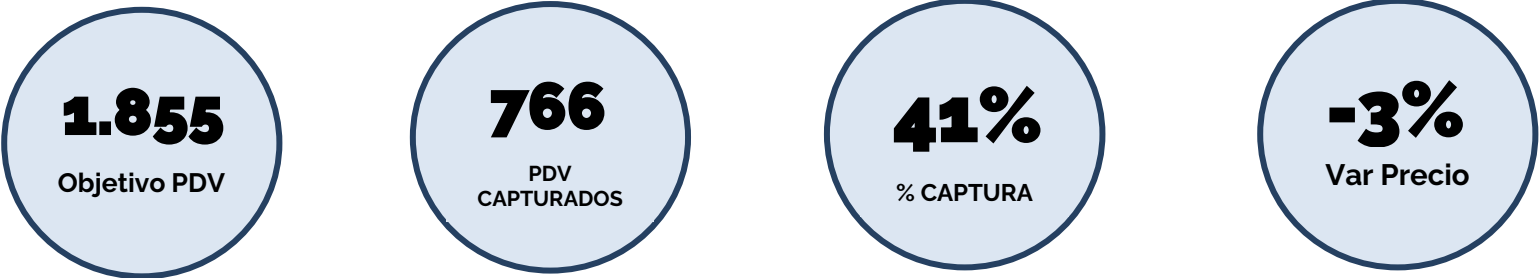
En Julio, el **canal moderno** fue el que tuvo el mayor número de unidades vencidas, siendo **1400**.

SKU'S CON MAYOR UNIDADES VENCIDAS



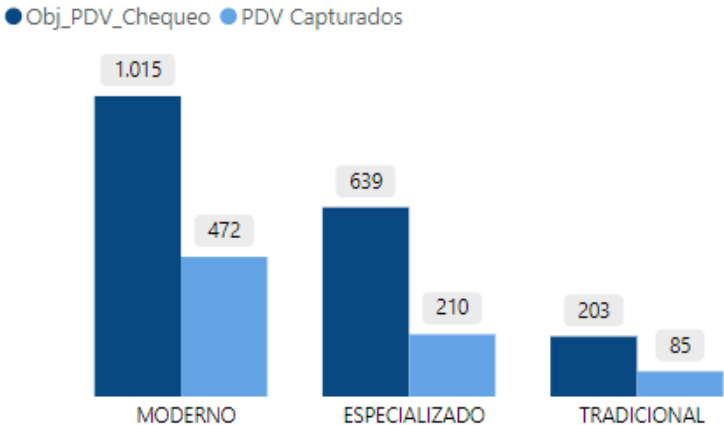
El SKU con mayor registro de vencimientos fue **DENTALIFE RAZAS MEDIANAS 119 GR** con **222** unidades vencidas.

4. RESUMEN CAPTURA DE CHEQUEO DE PRECIOS



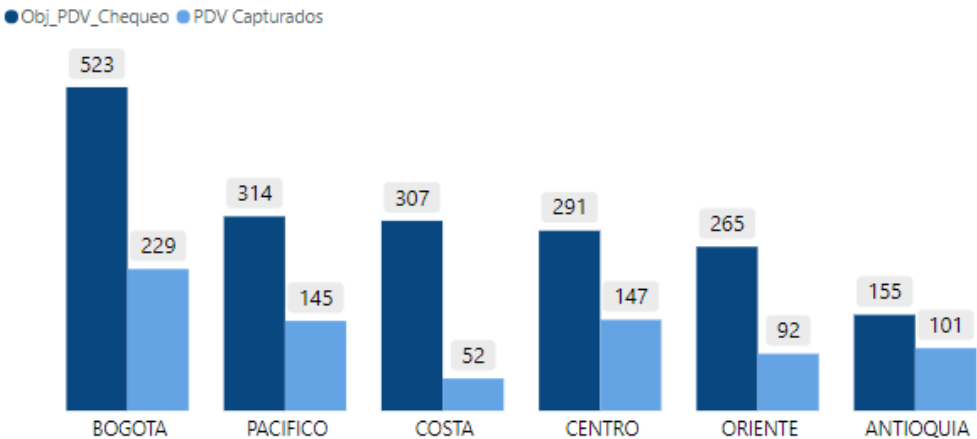
En el rango de tiempo del **15 al 20 de julio**, establecido para captura del módulo de chequeo de precios, de los **1.855 PDV** visitados, se realizó la captura de chequeo de precios en **766 PDV**

PDV CAPTURADOS POR CANAL



El canal moderno, fue el canal con mayor número de PDV programados a visitar del **15 al 20** a nivel nacional con **1.015**, de los cuales a **472**, se les realizó captura de chequeo de precios.

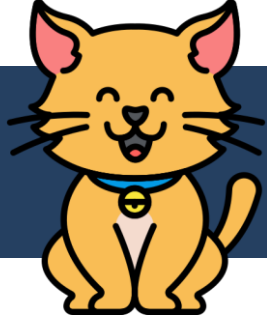
PDV CAPTURADOS POR REGIONAL



La regional con menor % de cumplimiento en captura de chequeo de precios fue **Costa y Oriente con 17% y 35%**.



Exportable [DETALLE CHEQUEO DE PRECIOS JULIO.xlsx](#)



GATOS

VISION &
MARKETING
GRUPO Ohla

BUSINESS
INTELLIGENCE
DEP.

PARTICIPACIÓN PRECIO

26,28 %

Precio por Encima

51,69 %

Precio Alineado

22,03 %

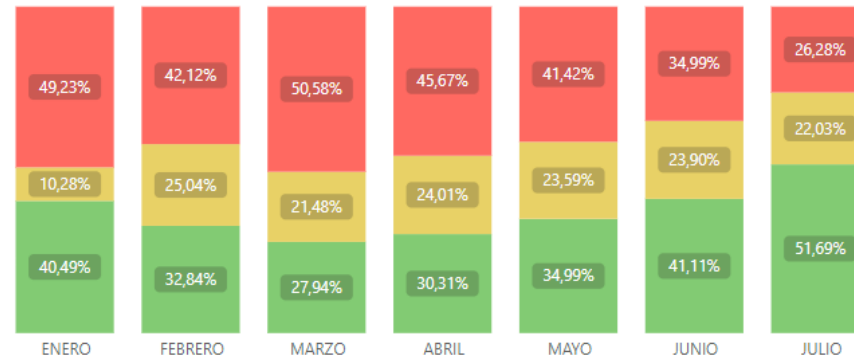
Precio por Debajo

Del 100%, el **52,39%** de los precios capturados están alineados con respecto al precio sugerido o dentro del rango del -5% y 5%

La participación del **precio alineado** en el chequeo de precios de julio con respecto a Junio, incrementó en un **10,58%**.

ADHERENCIA PRECIO POR MES

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

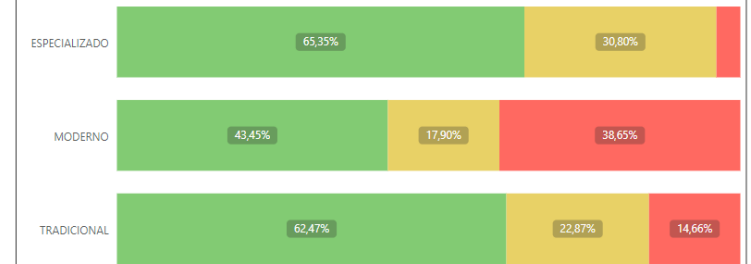


Adicional, Julio vs los meses anteriores, es el mes que cuenta con el mayor porcentaje de participación en el precio alineado.

Pacífico es la regional con mayor participación en el **precio alineado** con un **58,60%**. Por otro lado, **Bogotá** es la regional con el mayor % de **precio por encima** con un **33%**.

ADHERENCIA PRECIO POR CANAL

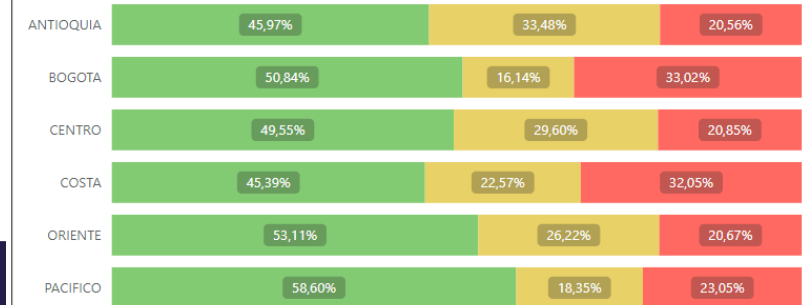
Criterio ● PRECIO ALINEADO ● PRECIO POR DEBAJO ● PRECIO POR ENCIMA



Importante revisar el **canal moderno**, ya que el precio por encima es el precio con mayor participación con un **38,65%**

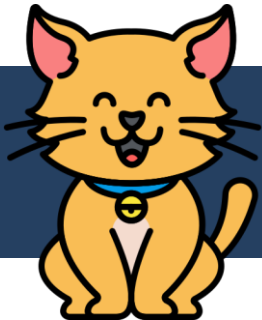
ADHERENCIA PRECIO POR REGIONAL

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



Exportable [DETALLE ADHERENCIA PRECIO POR PDV GATOS.xlsx](#)



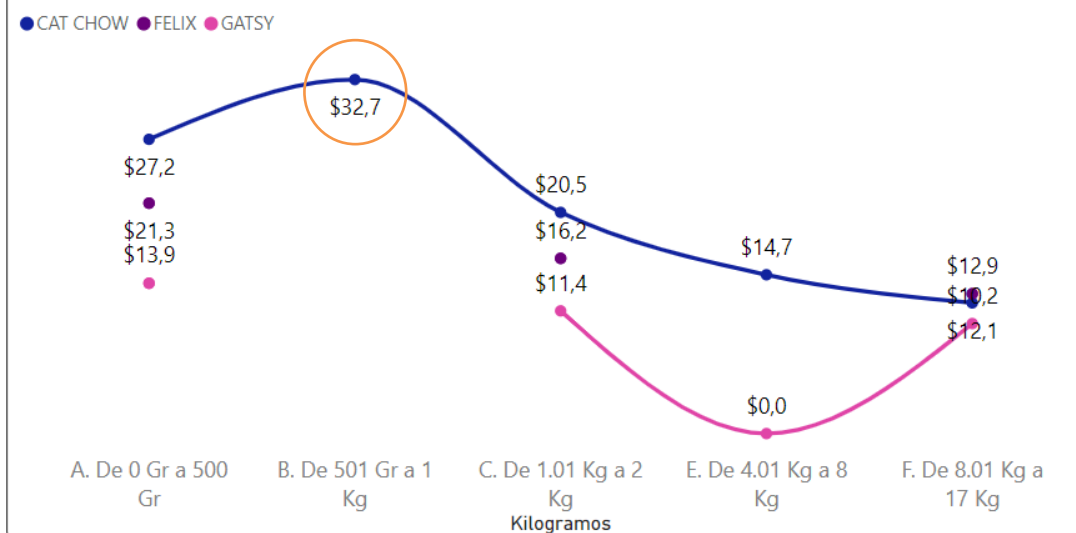


GATOS: PROPIO VS LA COMPETENCIA

VISION &
MARKETING
GRUPO Ohla

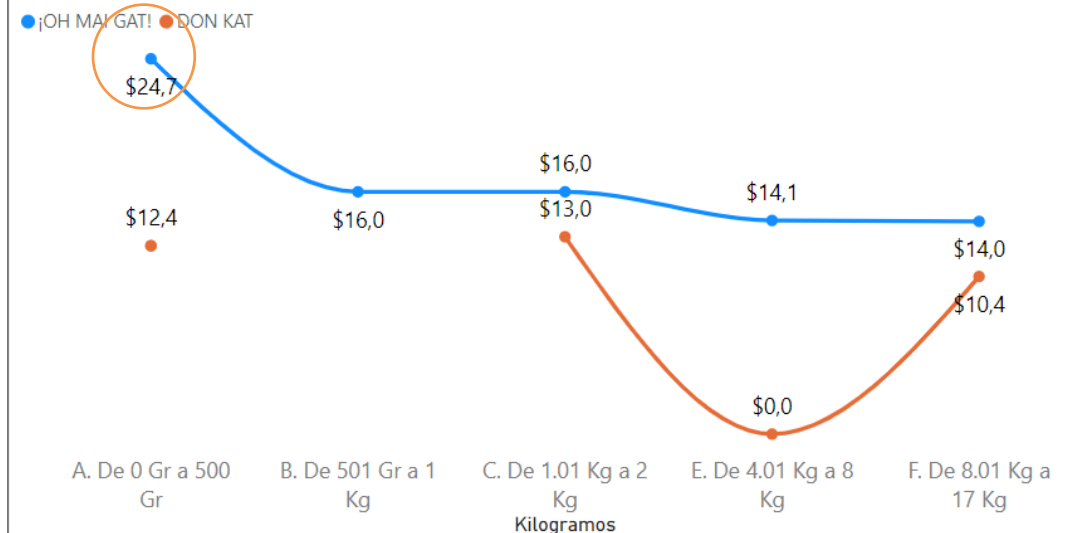
BUSINESS
INTELLIGENCE
D.P.

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**.

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**.

Exportable VARIACIÓN PRECIO POR GRAMO PROPIO VS COMPETENCIA GATOS.xlsx





PERROS

PARTICIPACIÓN PRECIO

19,93 %

Precio por Encima

53,05 %

Precio Alineado

27,02 %

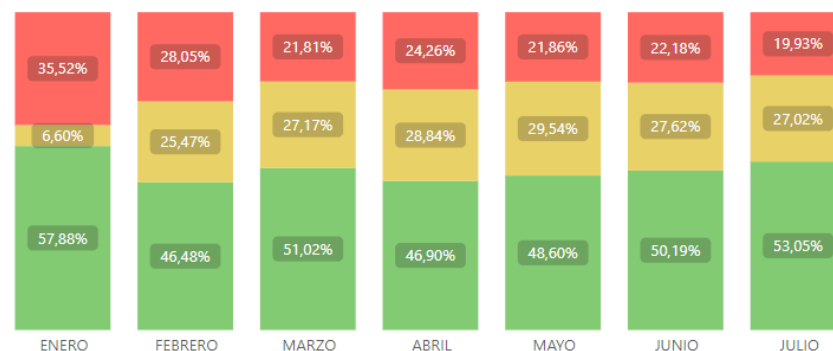
Precio por Debajo

Del 100%, el **53,05%** de los precios capturados están alineados con respecto al precio sugerido o dentro del rango del -5% y 5%

La participación del **precio alineado** en el chequeo de precios de julio con respecto a Junio, incrementó en un **2.86%**

ADHERENCIA PRECIO POR MES

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

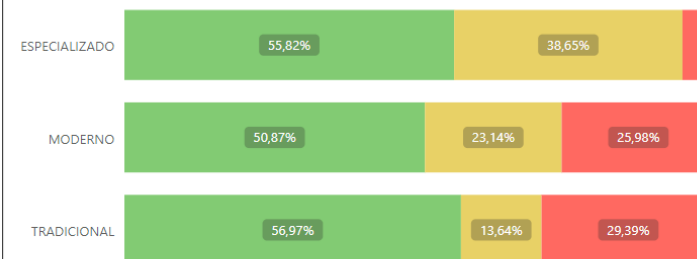


Adicional, Julio vs los meses anteriores, es el mes que cuenta con el menor porcentaje de participación en el precio por encima.

Pacífico es la regional con mayor participación en el **precio alineado** con un **58,26%**. Por otro lado, **Oriente** es la regional con el mayor % de **precio por encima** con un **23,46%**.

ADHERENCIA PRECIO POR CANAL

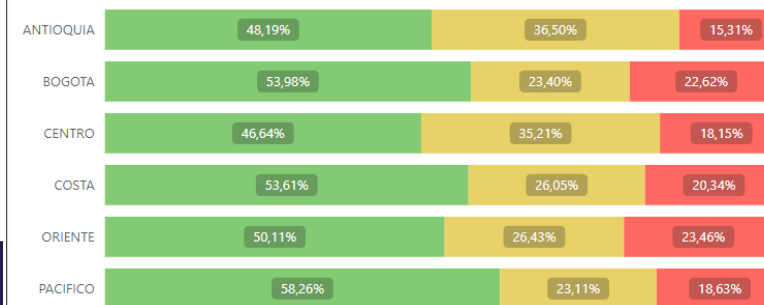
Criterio ● PRECIO ALINEADO ● PRECIO POR DEBAJO ● PRECIO POR ENCIMA



El precio por encima en el canal tradicional es el precio con mayor participación con un **29%**

ADHERENCIA PRECIO POR REGIONAL

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



Exportable [DETALLE ADHERENCIA PRECIO POR PDV PERROS.xlsx](#)

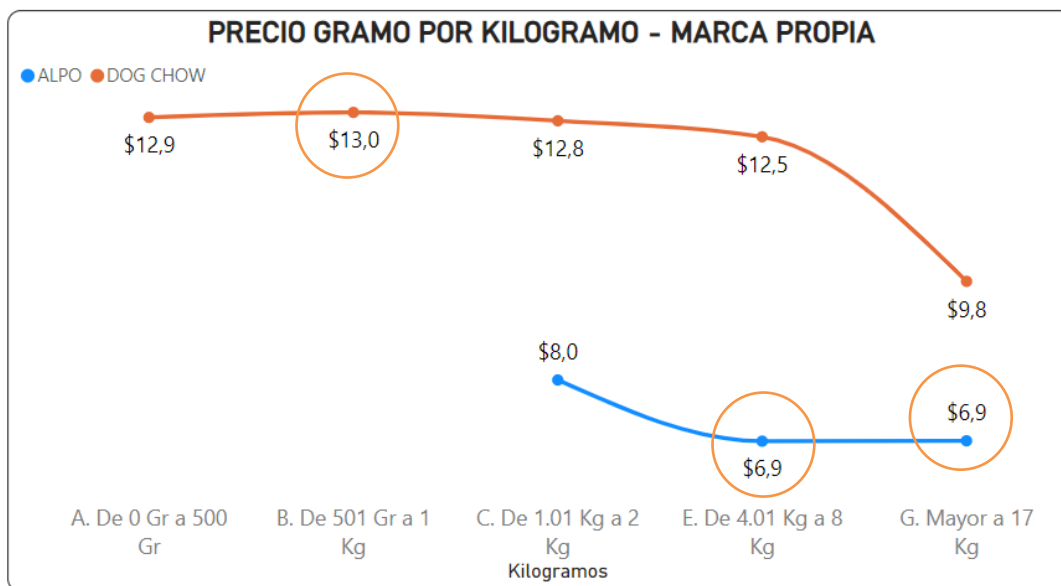




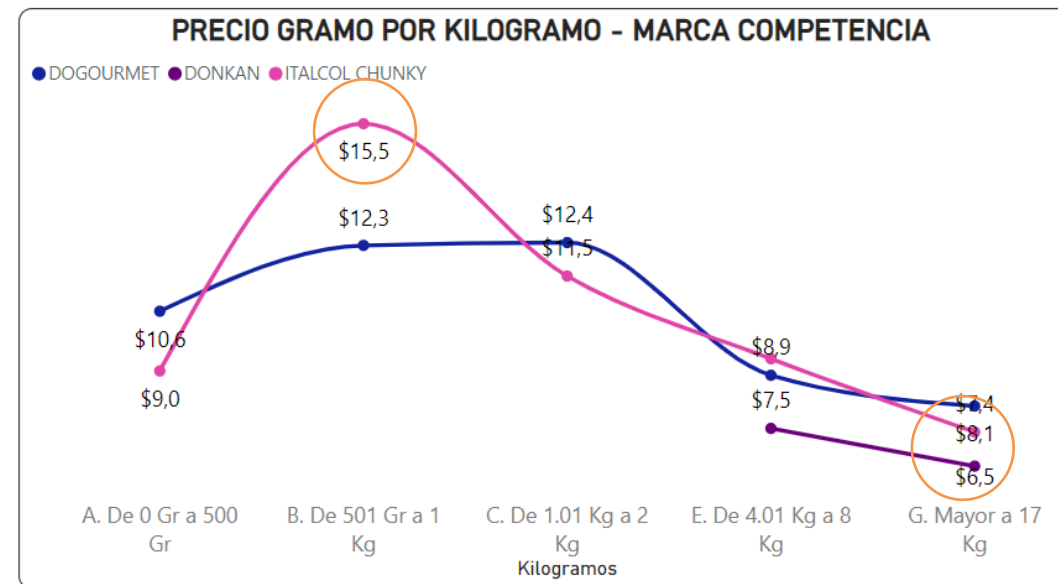
PERROS: PROPIO VS LA COMPETENCIA

VISION &
MARKETING
GRUPO Ohla

BUSINESS
INTELLIGENCE
DEP.



En cuanto a precio por gramo en marcas propias, en referencias de **501 gr a 1 Kg**, la **marca Dog Chow en la categoría Perros**, es la que tiene el precio por gramo mayor siendo **\$13**. Y el precio por gramo menor, es en referencias de **4.01 kg y 8kg y mayores a 17kg** en la **marca Alpo** siendo **\$6.9**

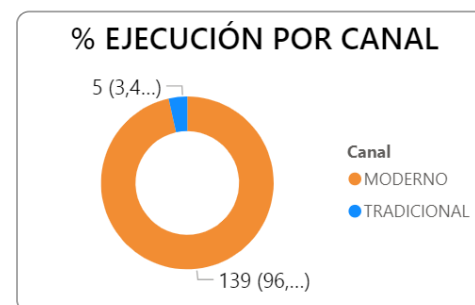
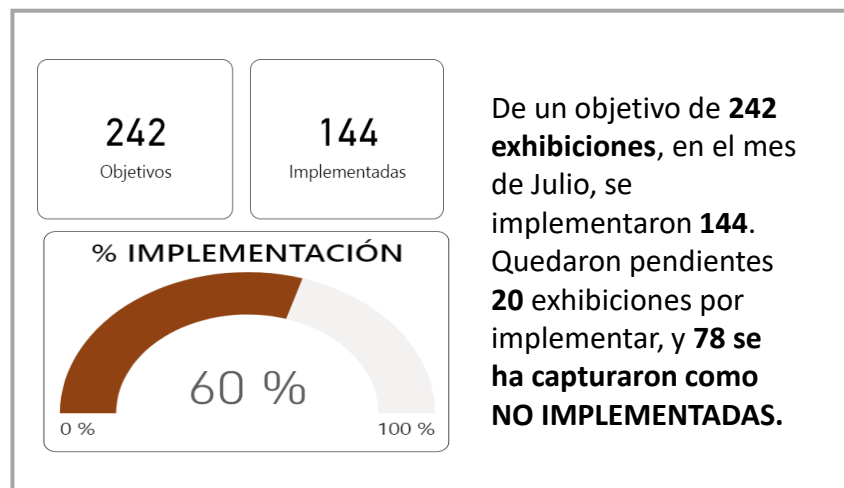


En cuanto a precio por gramo en marcas competencia, la **marca Italcold Chunky en referencias** de 501 gr a 1 Kg es la que tiene el precio por gramo mayor con **\$15.5** y el precio por gramo menor, está en las referencias de **mayor a 17 kg**, en la **marca DonKan** siendo **\$6.5**



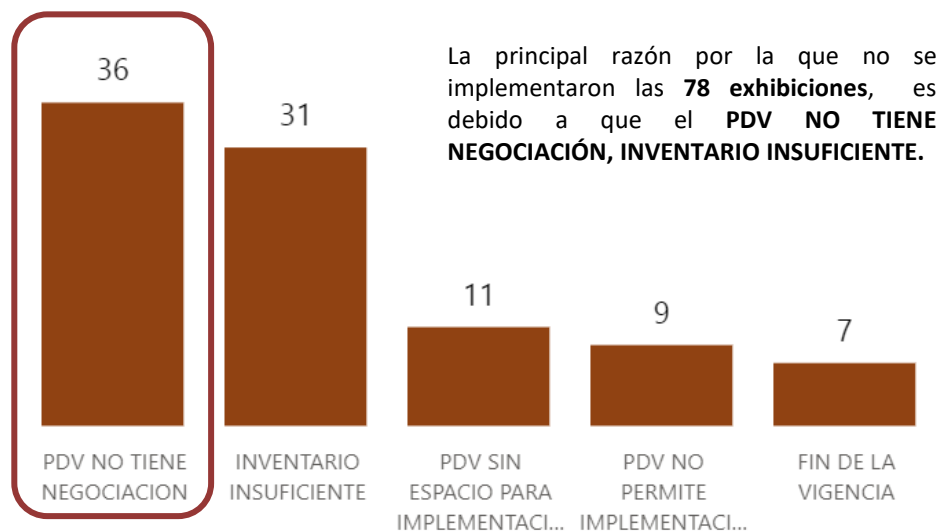
Exportable VARIACIÓN PRECIO POR GRAMO PROPIO VS COMPETENCIA PERROS.xlsx

5. EXHIBICIONES NEGOCIADAS

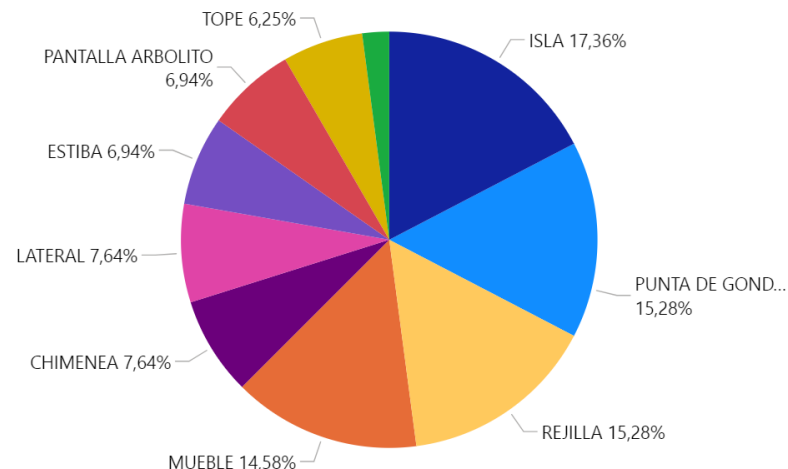


Las exhibiciones implementadas se presentaron en PDV de canal moderno. Tener en cuenta que, los PDV superretes pertenecientes a Zeus, se les ajustó el canal de Tradicional al canal Moderno.

CAUSALES DE NO IMPLEMENTACION



CAUSALES DE NO IMPLEMENTACION



Las exhibiciones negociadas de tipo **ISLA**, son aquellas que tienen una mayor participación con un **17,36%** junto con **PUNTA DE GONDOLA** y **REJILLA** con un porcentaje de **15,28%**



Enlace para detalle de exhibiciones implementadas: [DETALLE IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO EXHIBICIONES JULIO.xlsx](#)