

Estudio de digitalización Canal tradicional

Consumo masivo

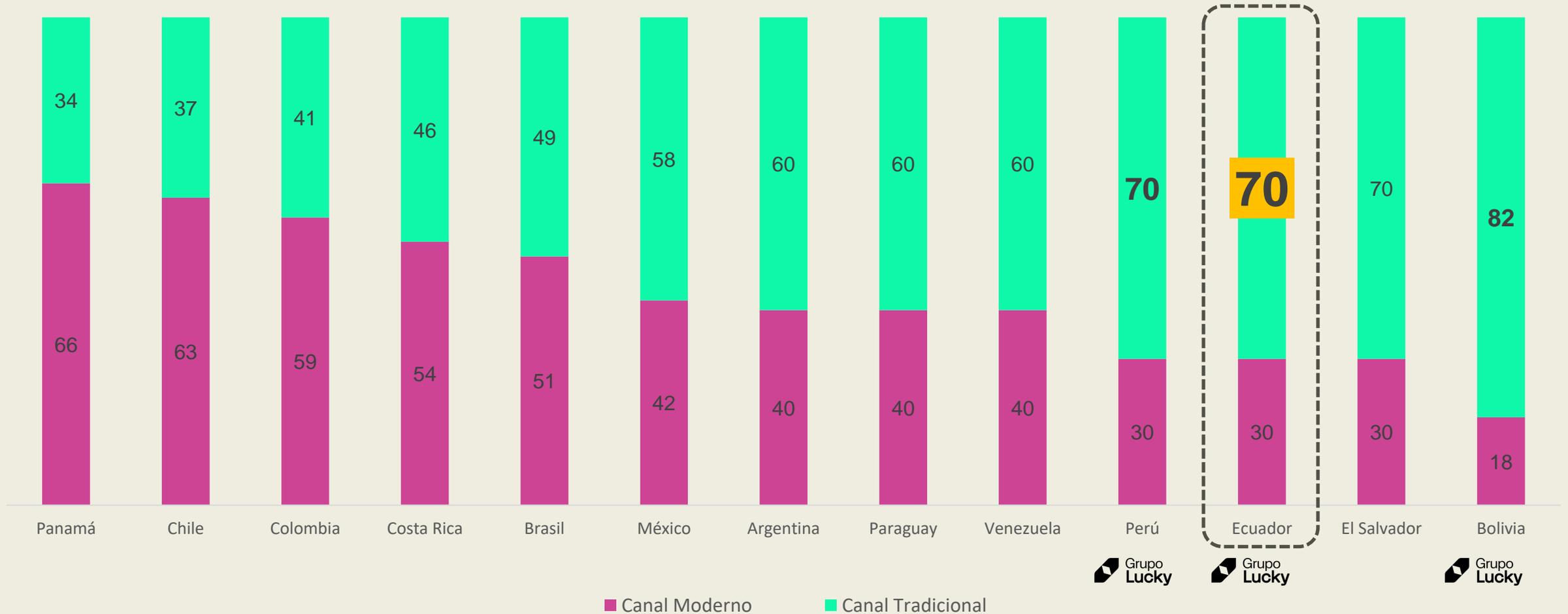
2024





Importancia del Canal tradicional (CM) en la región

Peso por Canal por País



Ficha técnica cuantitativa y cualitativa

Cobertura

Fase cualitativa

Tiendas de barrio

N° PDV Peso (%)

10 67

5 33

15 100

Mayoristas

N° PDV Peso (%)

8 67

4 33

12 100

Fase cuantitativa

Tiendas de barrio

N° PDV Peso (%)

162 65

87 35

249 100

Mayoristas

N° PDV Peso (%)

71 78

20 22

91 100

Total



Dueños del punto de venta



Septiembre 2024



Campo realizado por
Xplora



Error muestral 5%

Consumo Masivo | Canal tradicional

Tiendas de Barrio



Mayoristas



Agenda



1. Perfil

- 1.1. Perfil del dueño



2. Digitalización

- 2.1. Nivel de digitalización
- 2.2. Herramientas digitales para el negocio
- 2.3. Importancia en los procesos en el punto de venta
- 2.4. Control de inventarios y abastecimiento
- 2.5. Control de pagos
- 2.6. Comercialización de sus productos
- 2.7. Servicios delivery
- 2.8. Cobranzas



3. Exhibición de sus productos

- 3.1. Criterios para su exhibición de productos



4. Capacitaciones

- 4.1. Empresas que brindan capacitación a los puntos de venta



5. Sus competidores

- 5.1. ¿A quienes consideran como sus competidores?



6. Fidelización a los puntos de venta

- 6.1. Fidelización de las empresas hacia los puntos de venta.



7. Preferencias de los puntos de ventas hacia las marcas

- 7.1. Factores Clave de preferencia de PDV hacia las marcas



8. Inseguridad



9. Sucesión del negocio



10. Conclusiones

1

Perfil



Consumo Masivo | Canal tradicional



Tiendas de
Barrio



Mayoristas



Perfil del dueño

Perfil



Masculino

Femenino



Más de 65

54 a 64

46 a 53

38 a 45

24 a 37

18 a 23



Postgrado

Universitaria

Secundaria

Primaria



Tiendas de Barrio

31%

69%

5,2%

27,3%

20,6%

17,5%

20,6%

8,8%

0,0%

19,1%

66,0%

14,9%



Mayoristas

44%

56%

4,4%

39,6%

31,9%

9,9%

8,8%

5,5%

2,2%

36,3%

57,1%

4,4%

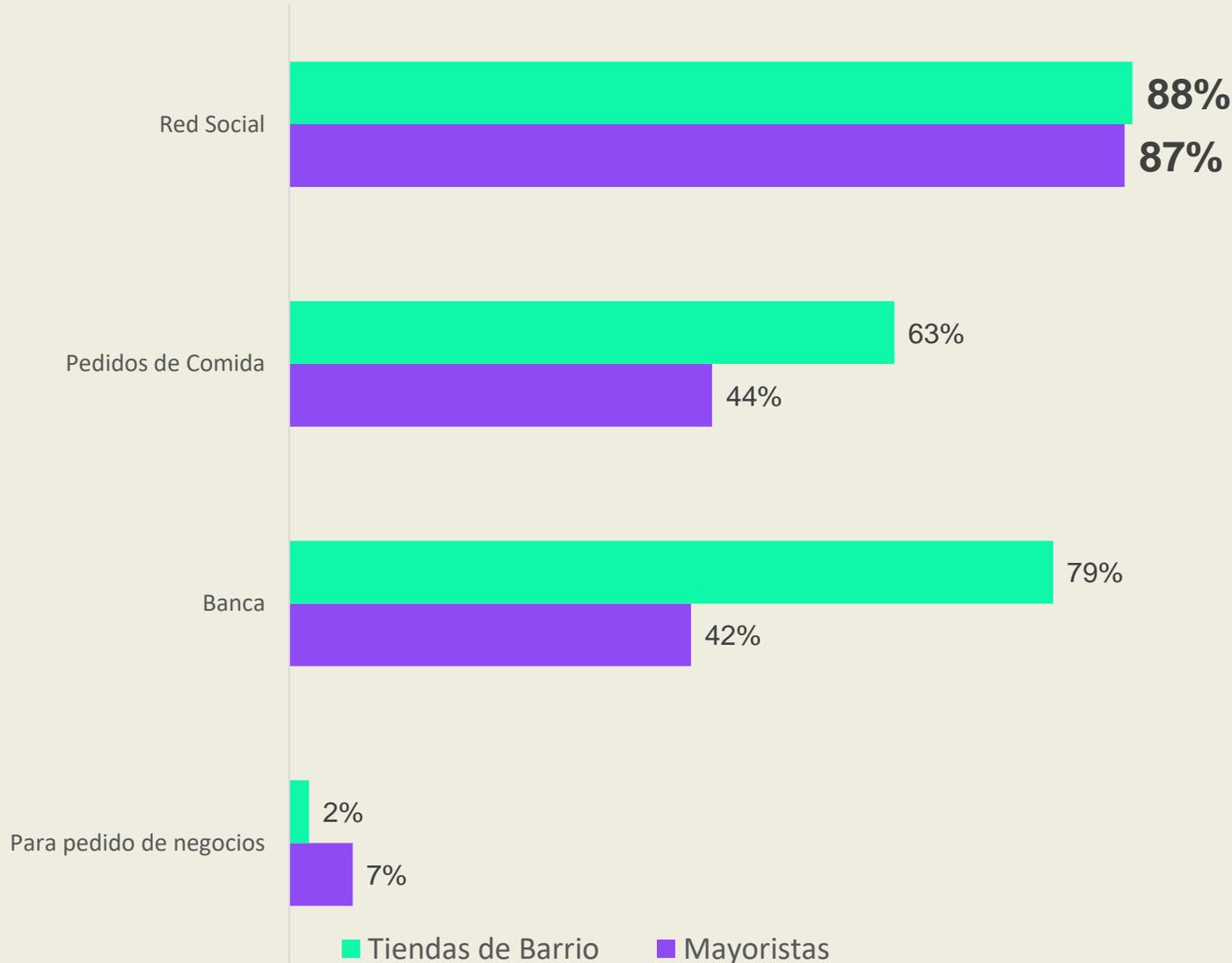
2

Digitalización





Nivel de Digitalización



Medios de comunicación informal



Plataformas



Banca Móvil

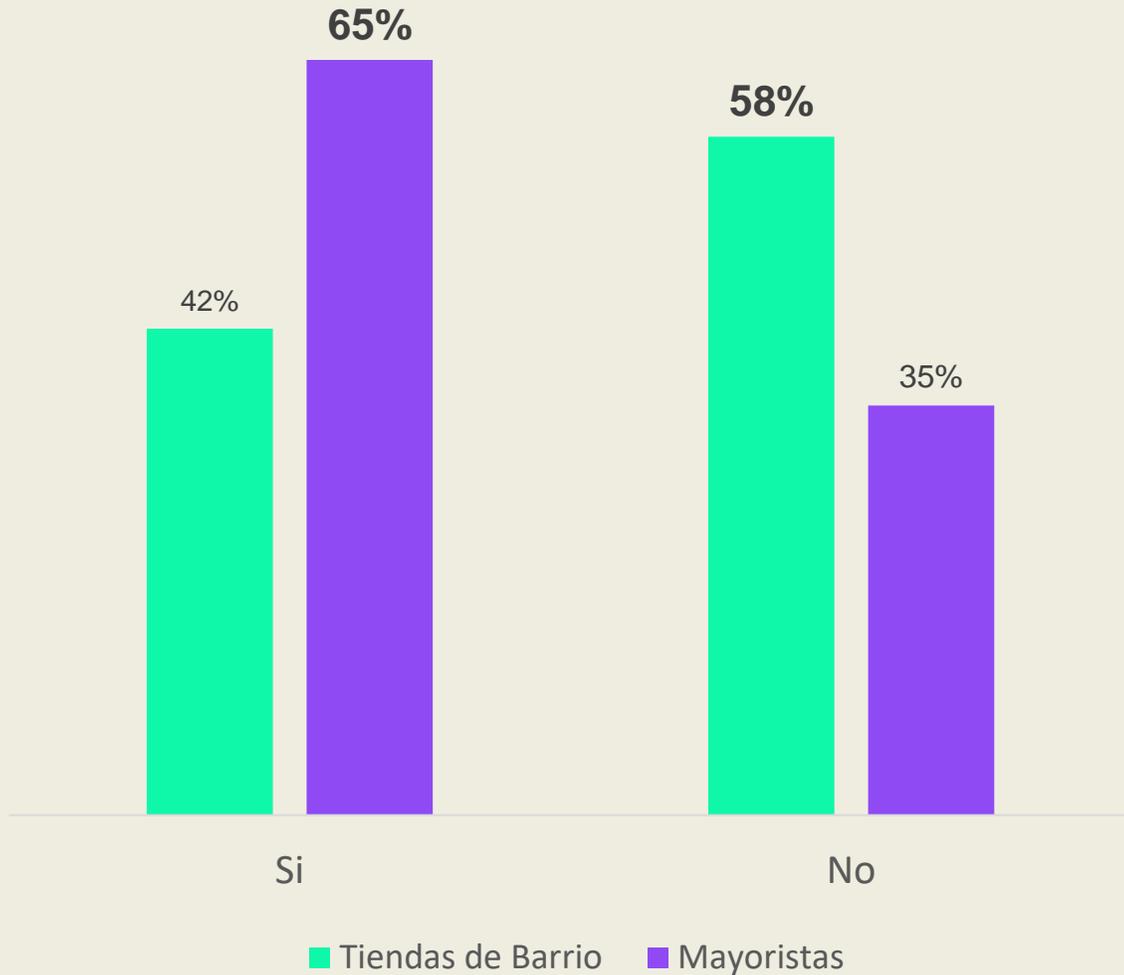


Aplicaciones de Fabricantes

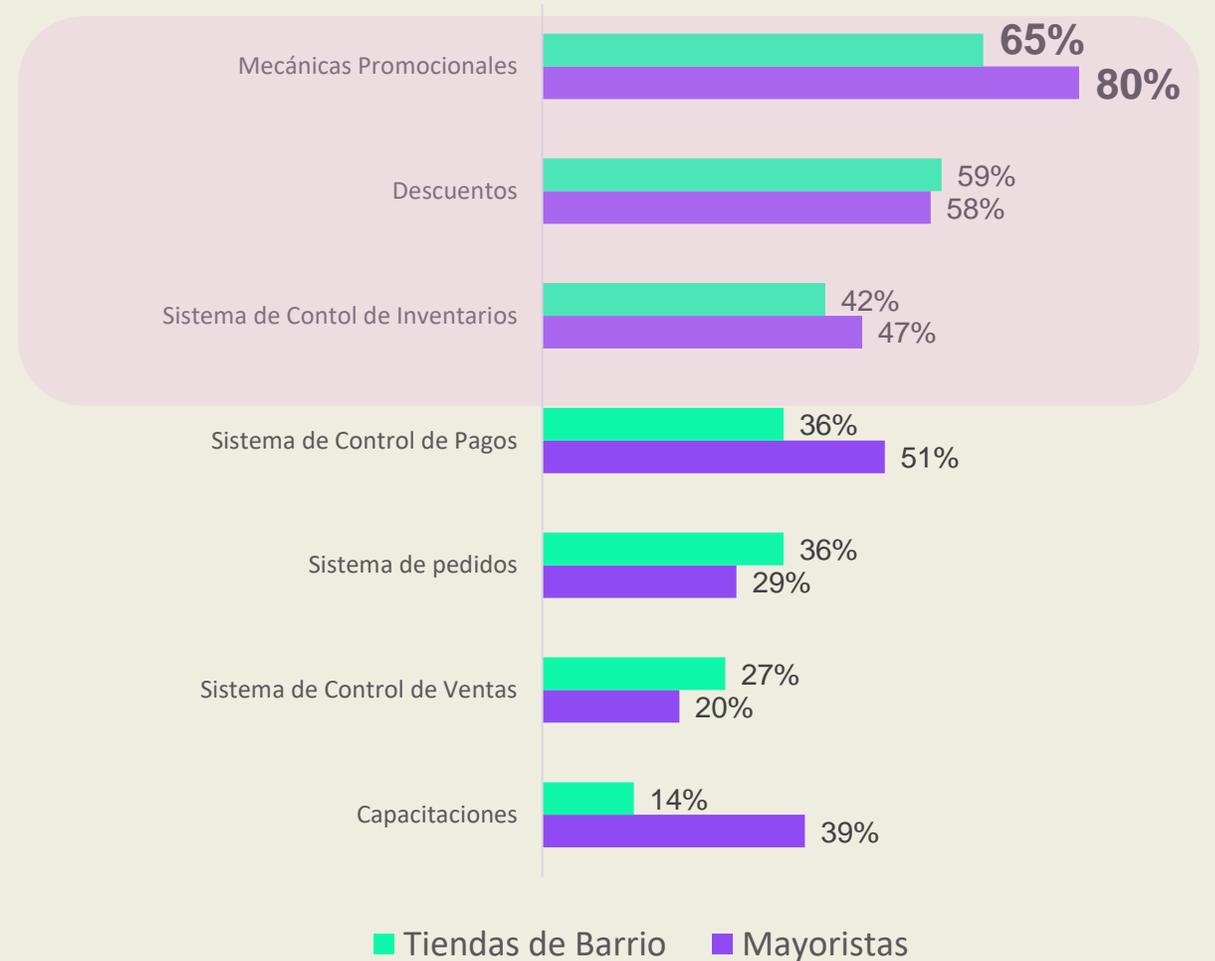


Digitalización – Herramientas digitales para el negocio

Desean implementar herramientas digitales para su negocio



Que consideran importante que ofrezcan estas plataformas digitales





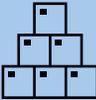
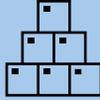
Digitalización – Importancia de los procesos en el punto de venta



Tiendas de Barrio

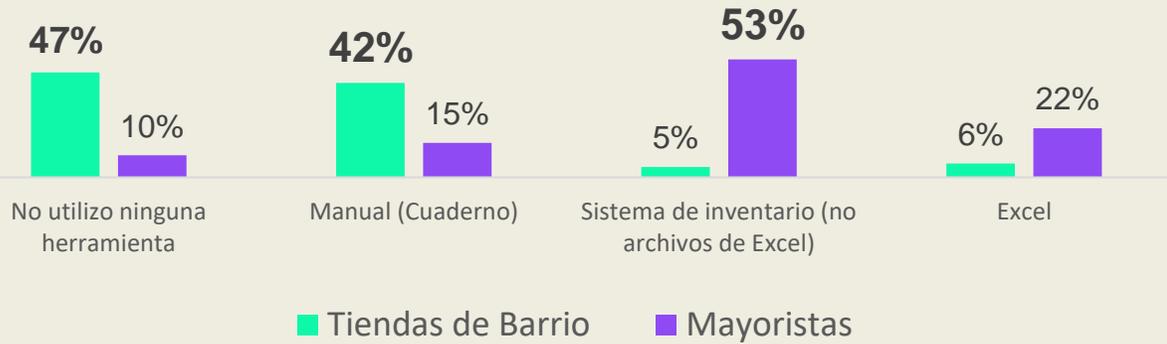


Mayoristas

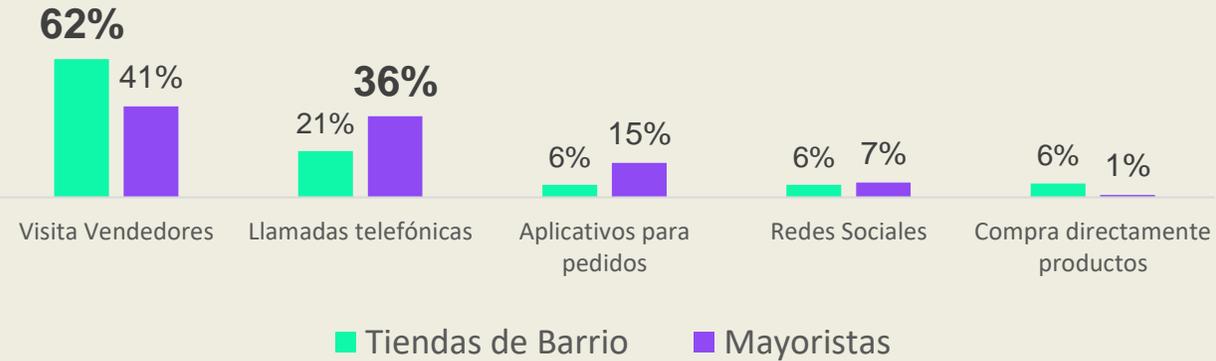
1°	 Control de Inventario (38%)	Venta (43%) 
2°	 Venta (35%)	Control de inventario (36%) 
3°	 Abastecimiento (28%)	Abastecimiento (27%) 
4°	 Cobro (8%)	Cobro (24%) 

Digitalización – Sobre el control de Inventarios y abastecimiento

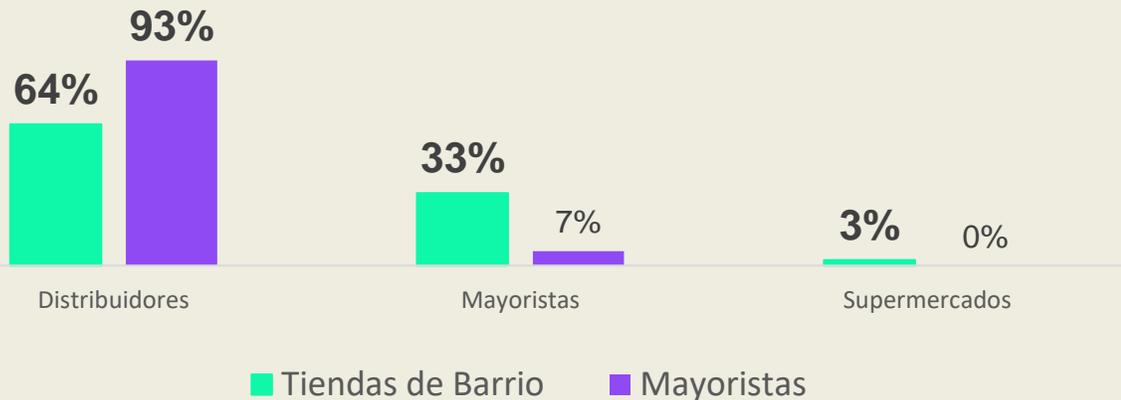
Como llevan el control de sus inventarios



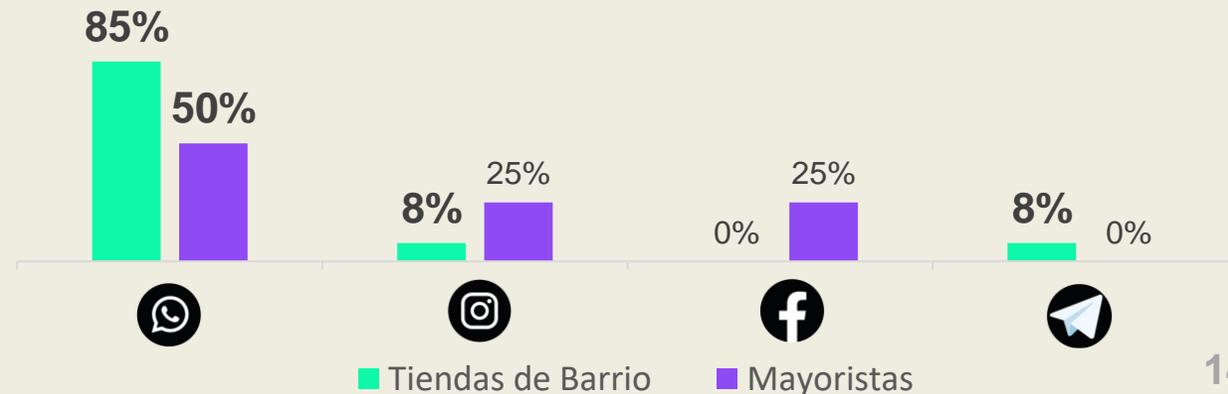
Que medios usa para el abastecimiento del negocio



Donde realiza normalmente las compras para el abastecimiento del negocio

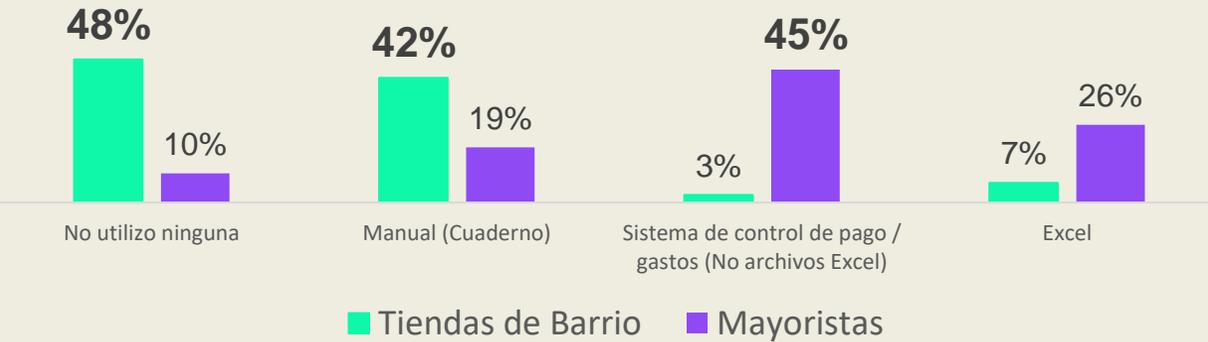


Si usa alguna Red Social para el abastecimiento ¿Cuál usa?

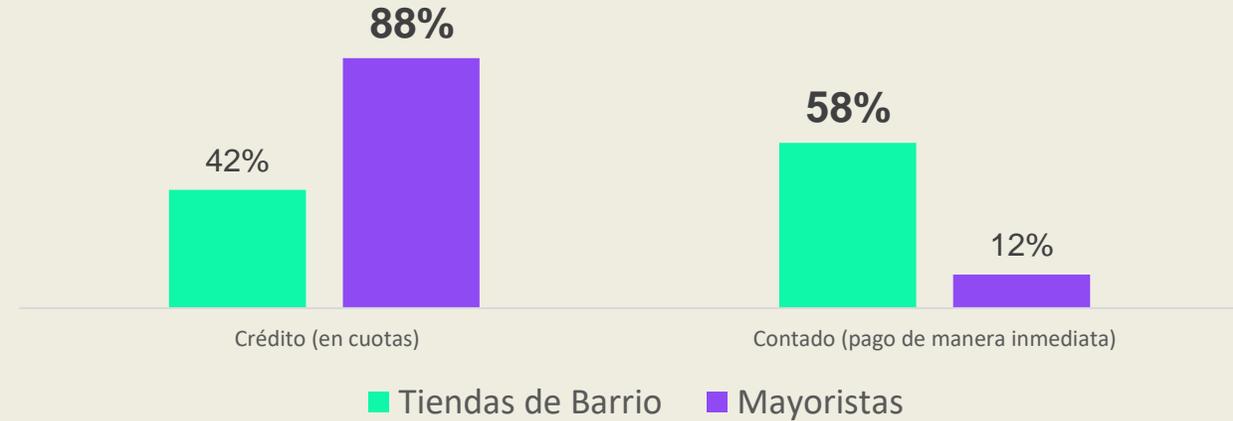


Digitalización – Control de pagos

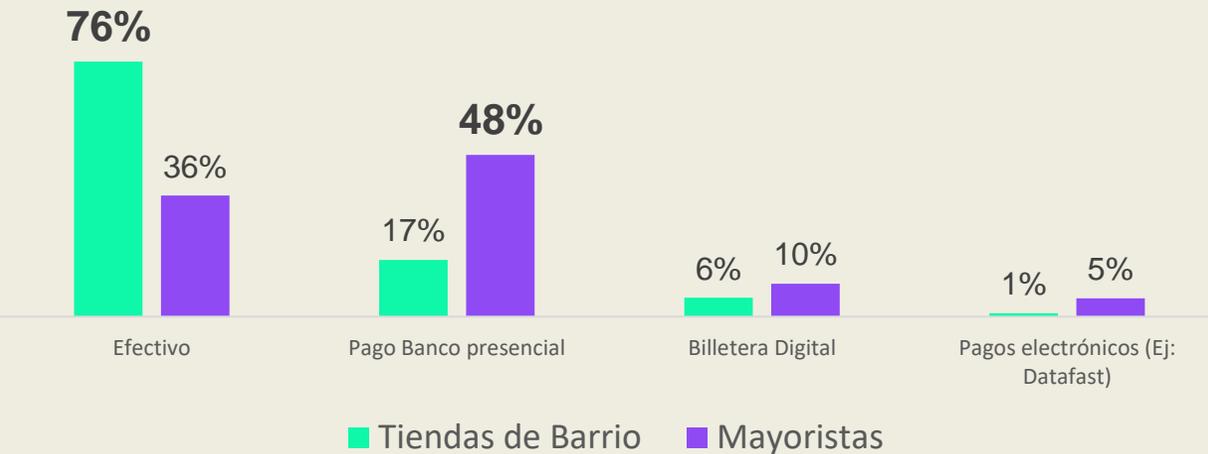
Herramientas para el control de pagos



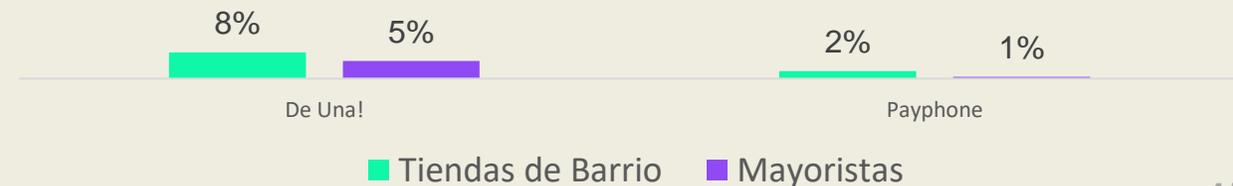
Formas de pagos utilizadas



Medios de pagos a proveedores



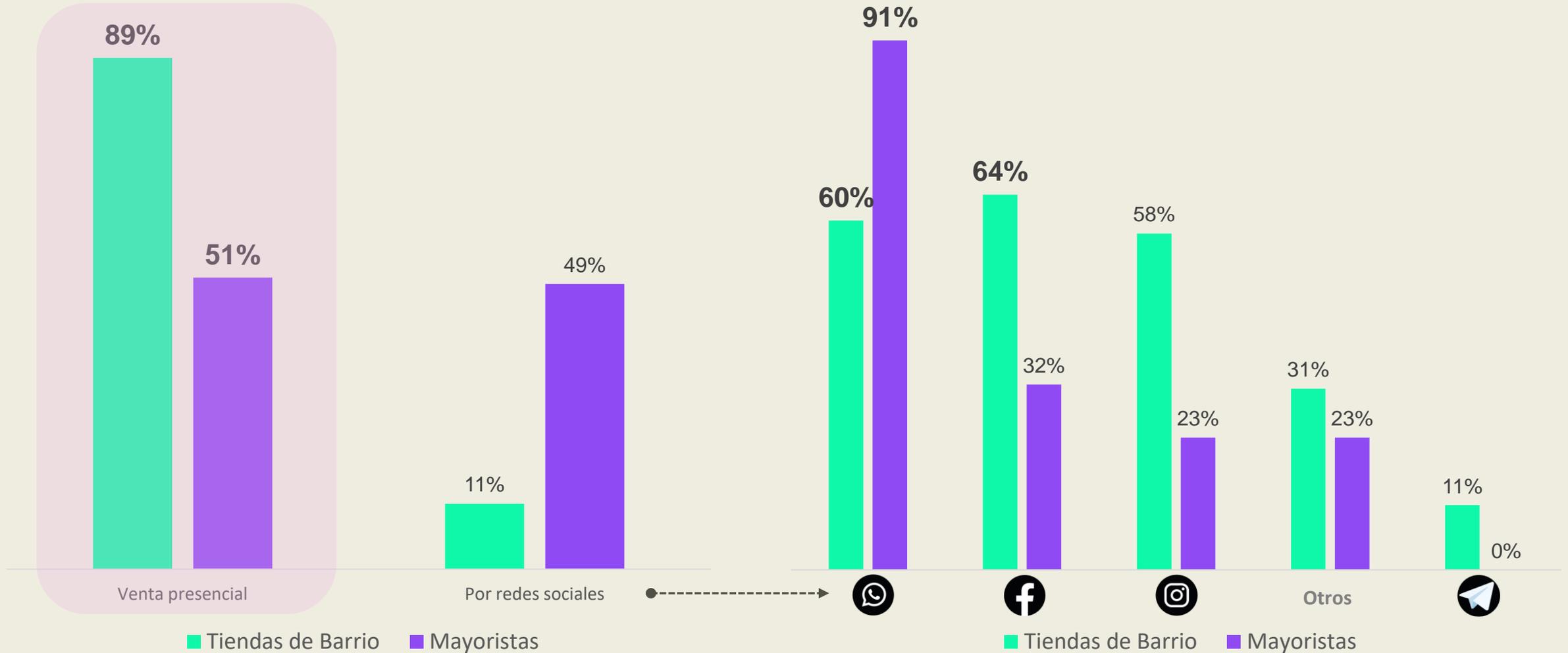
Billeteras digitales usadas para pagos



Digitalización – Como comercializan (ofrecen) sus productos

Medios para ofrecer sus productos para la venta

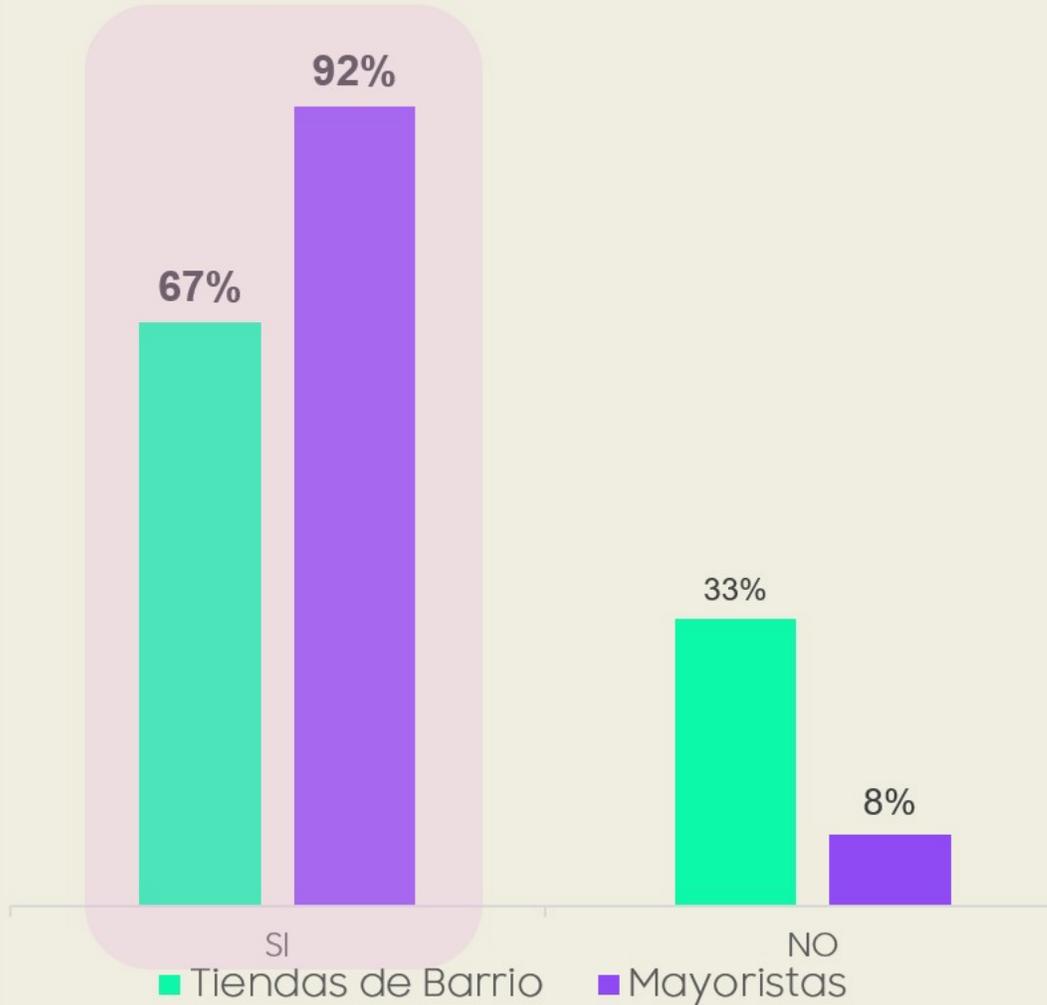
Redes sociales que usan como medio de comercialización



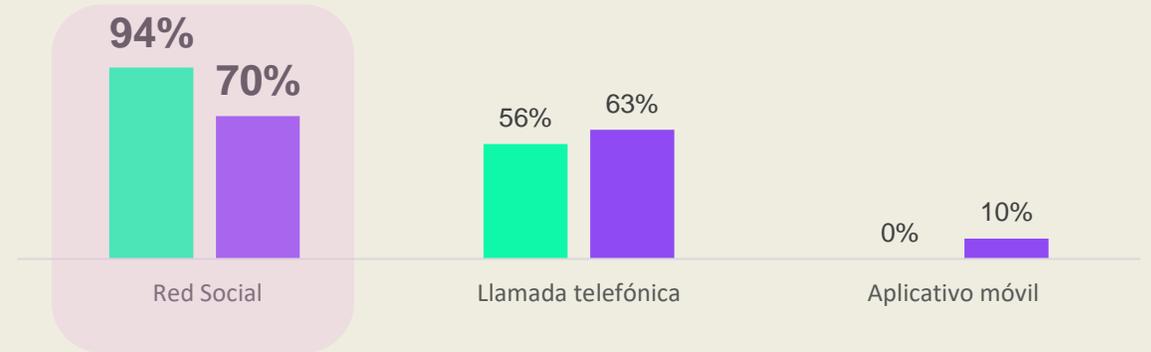


Digitalización – Servicios Delivery

Usan servicios Delivery para su negocio

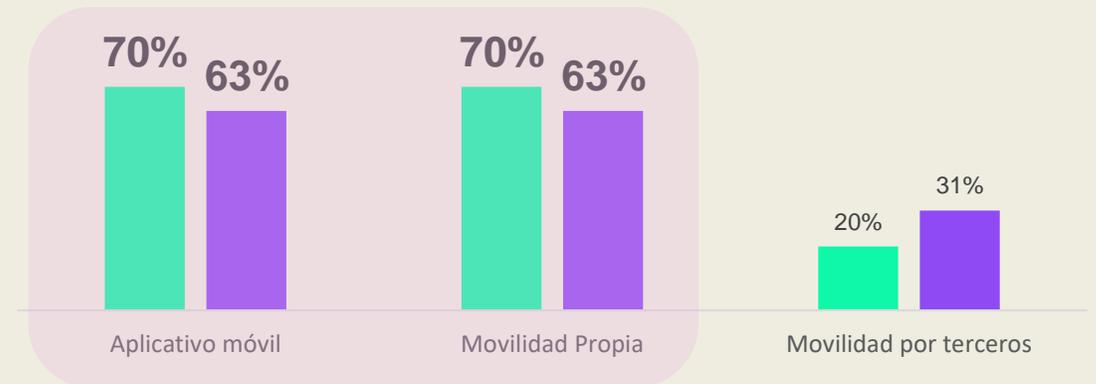


¿A través de que medio recibe el pedido para delivery?



Tiendas de Barrio Mayoristas

Que medio utilizan para hacer los Delivery



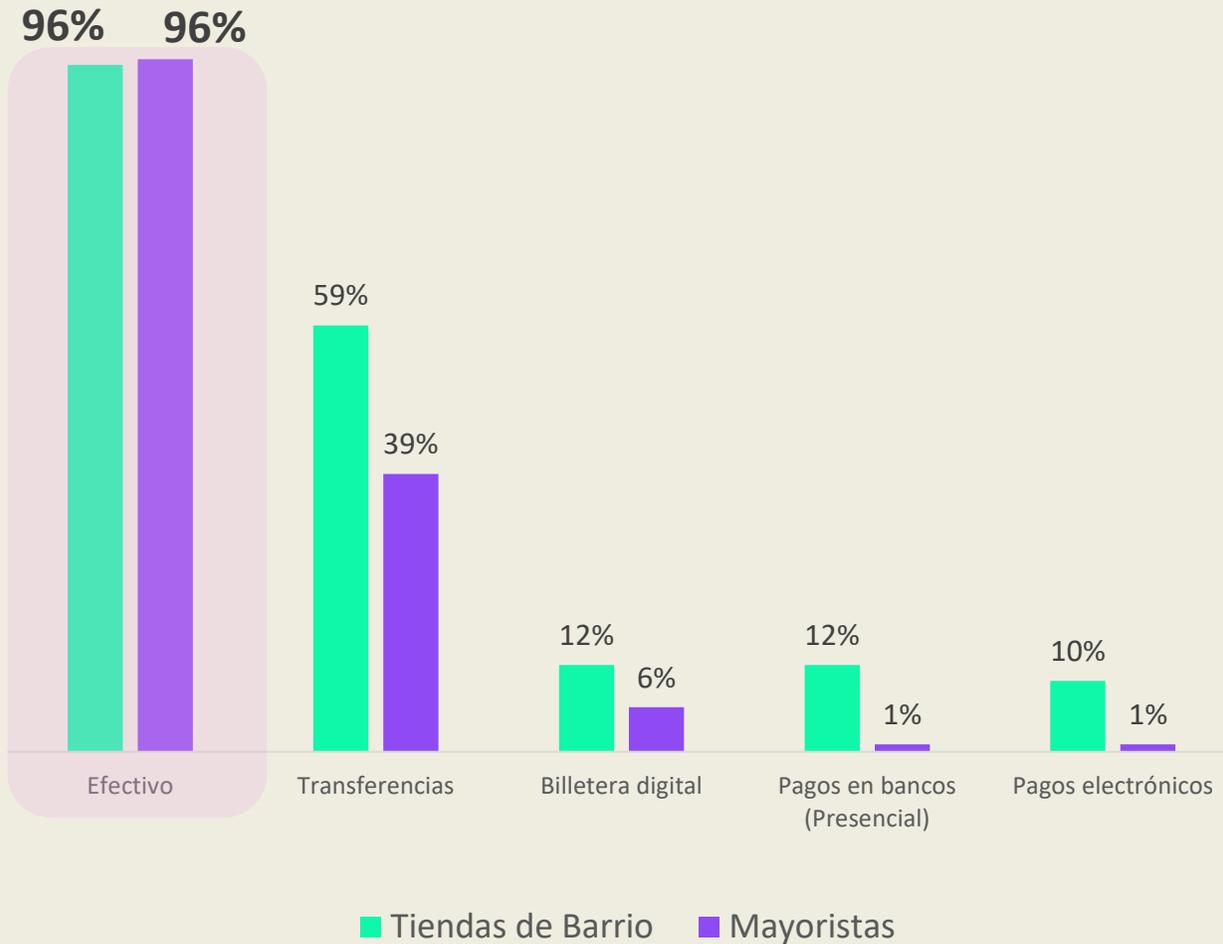
Tiendas de Barrio Mayoristas



Digitalización – Cobranzas

¿Cómo realizas el cobro a los clientes en tu punto de venta?

¿Qué billetera digital utilizas para el cobro en tu punto de venta?

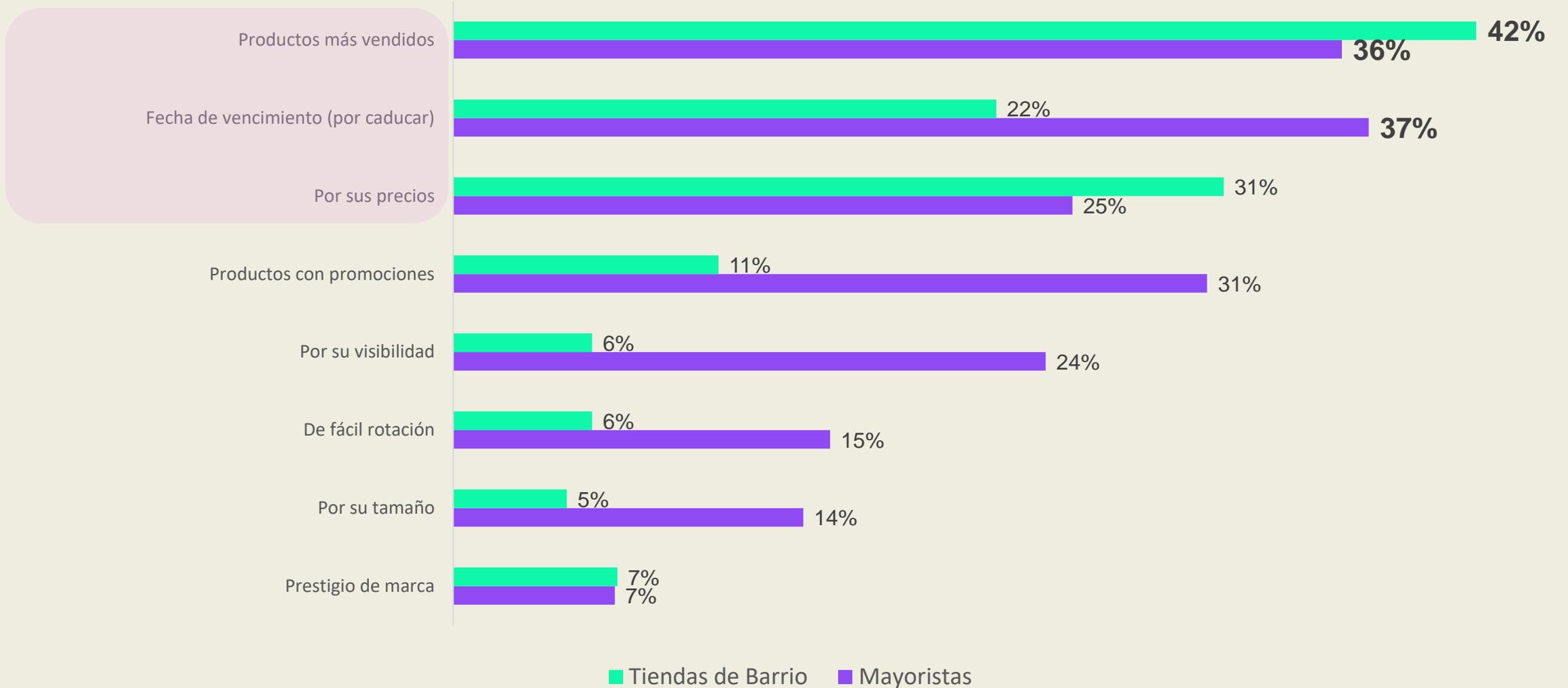


3

Exhibición de productos

Criterios para la exhibición de sus productos

¿Cuáles serían los criterios de exhibición de tu producto?



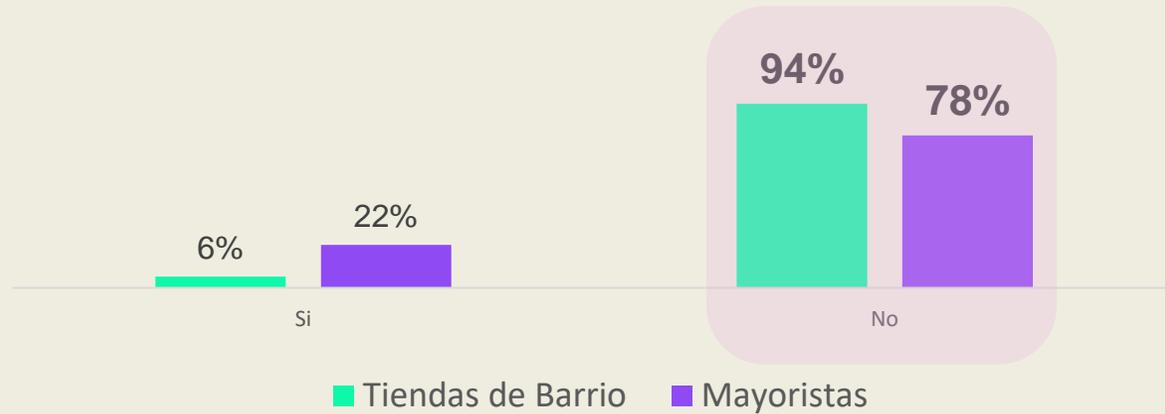


4

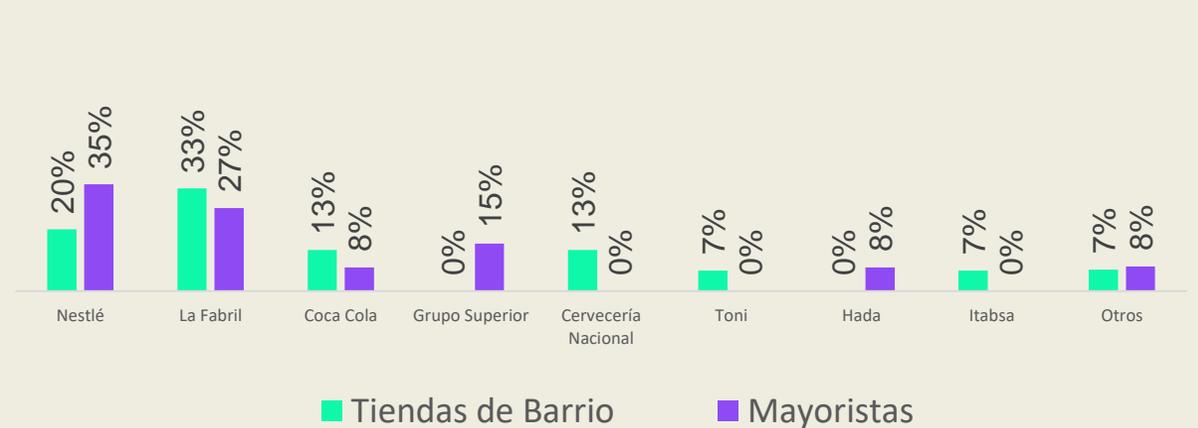
Capacitaciones

Empresas que brindan capacitación a los puntos de venta

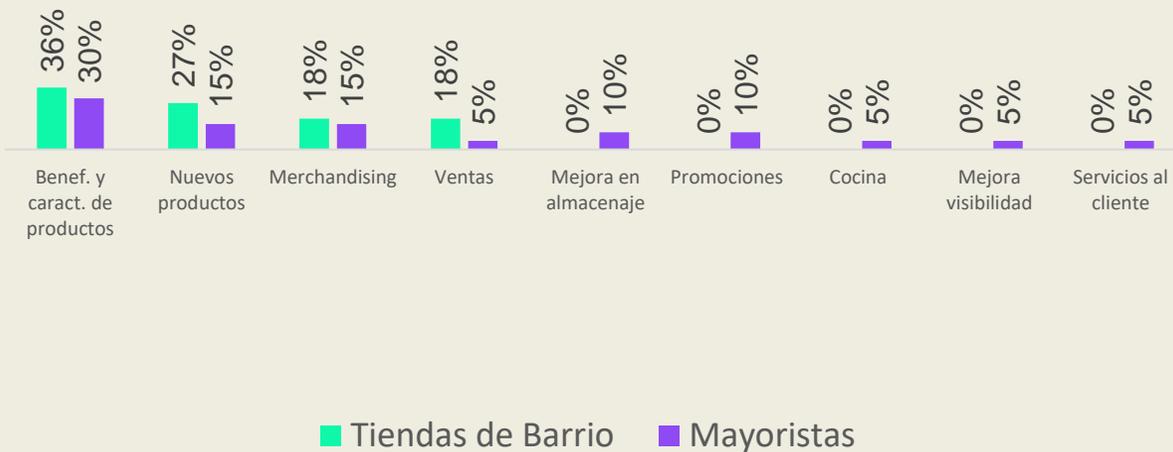
¿Alguna marca o empresa te ha brindado algún programa de capacitación?



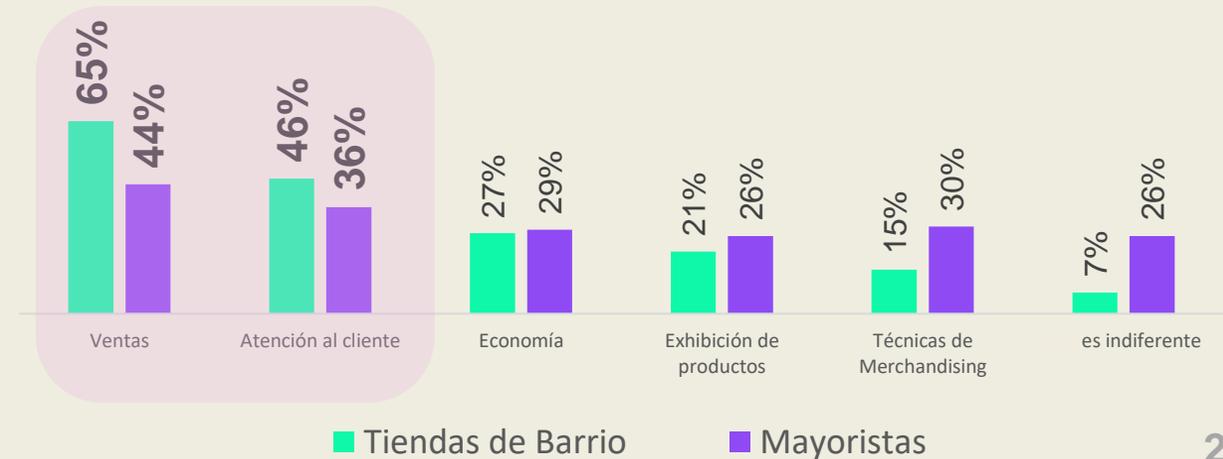
Empresas que han brindado capacitaciones



¿En qué temas suelen capacitar las empresas a los puntos de venta?



¿Que tipo de capacitación le gustaría recibir para mejorar la gestión en su PDV?

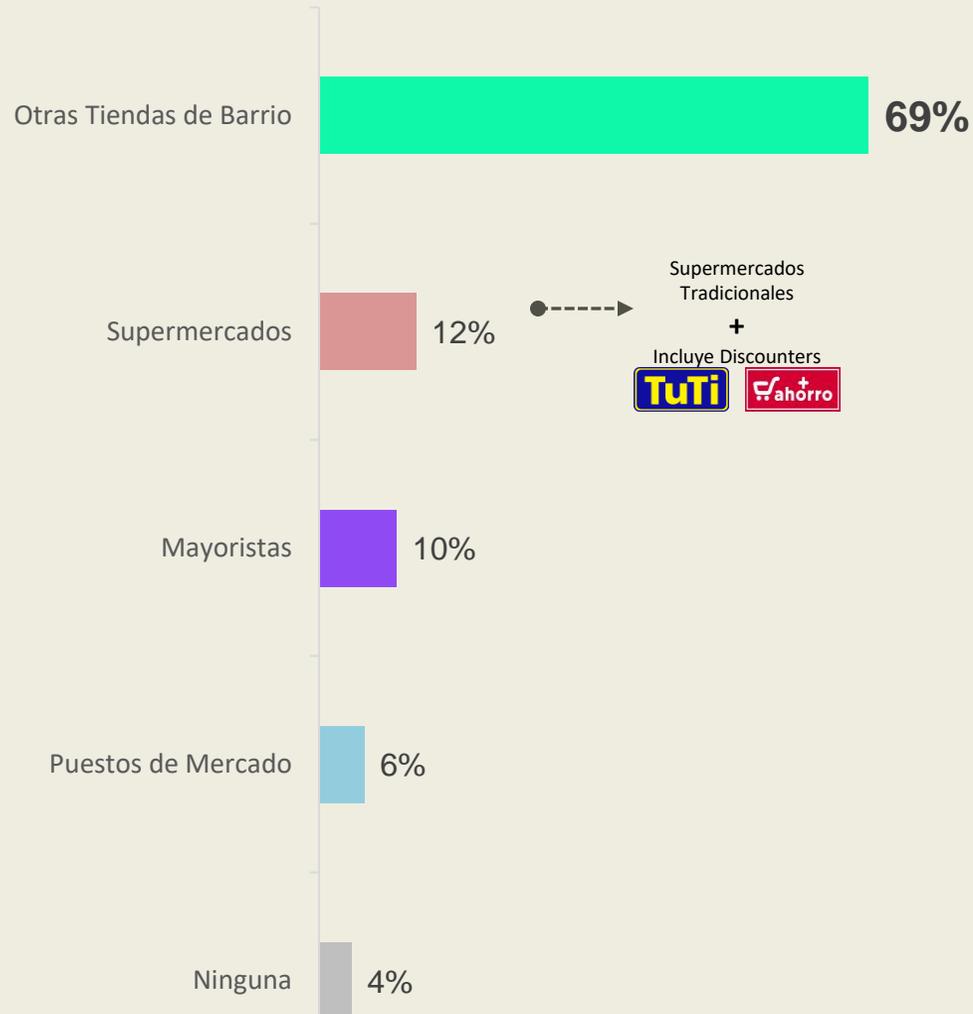


5

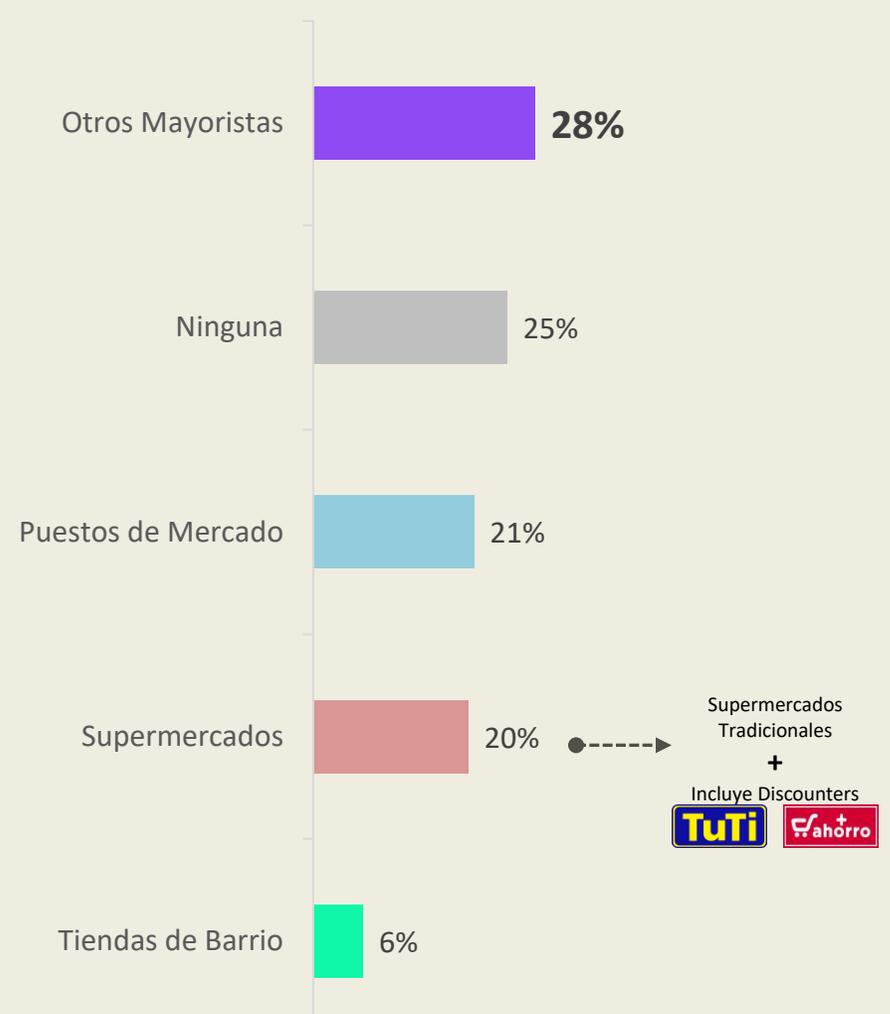
Sus competidores

¿A quienes consideran como sus competidores?

Tiendas de Barrio – Percepción de Competidores



Mayoristas – Percepción de Competidores

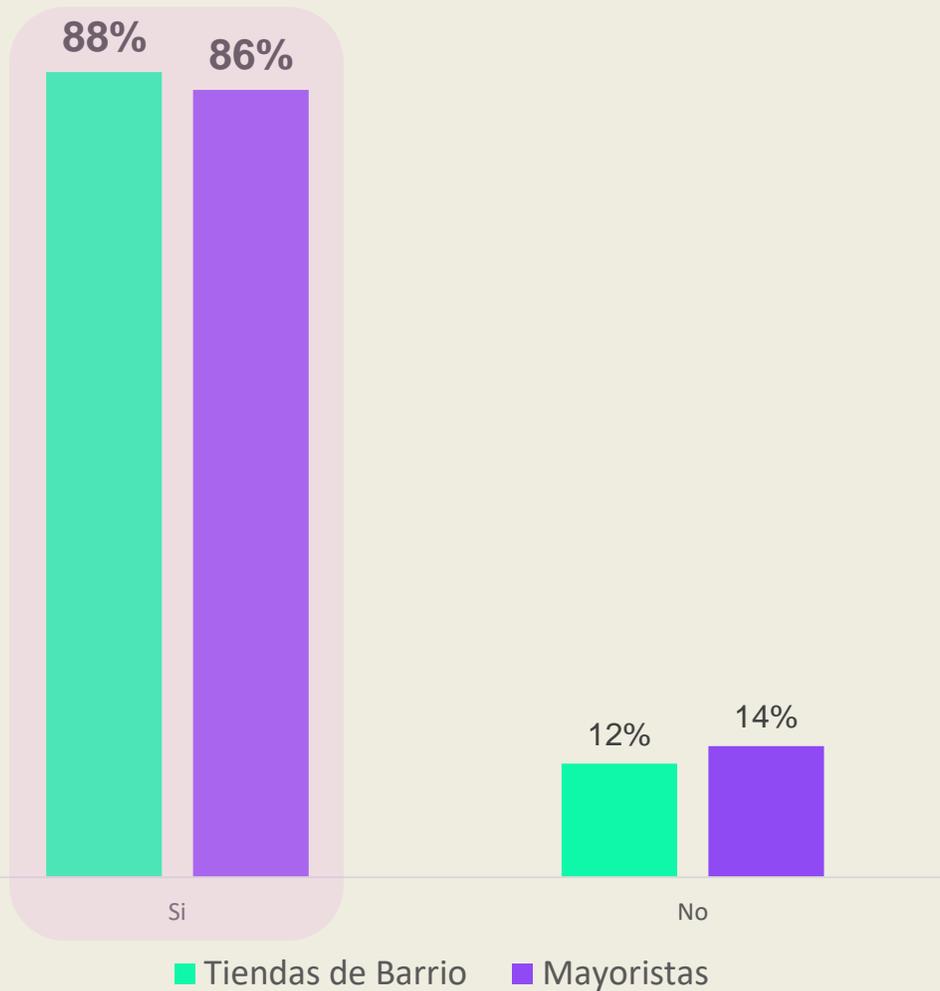


6

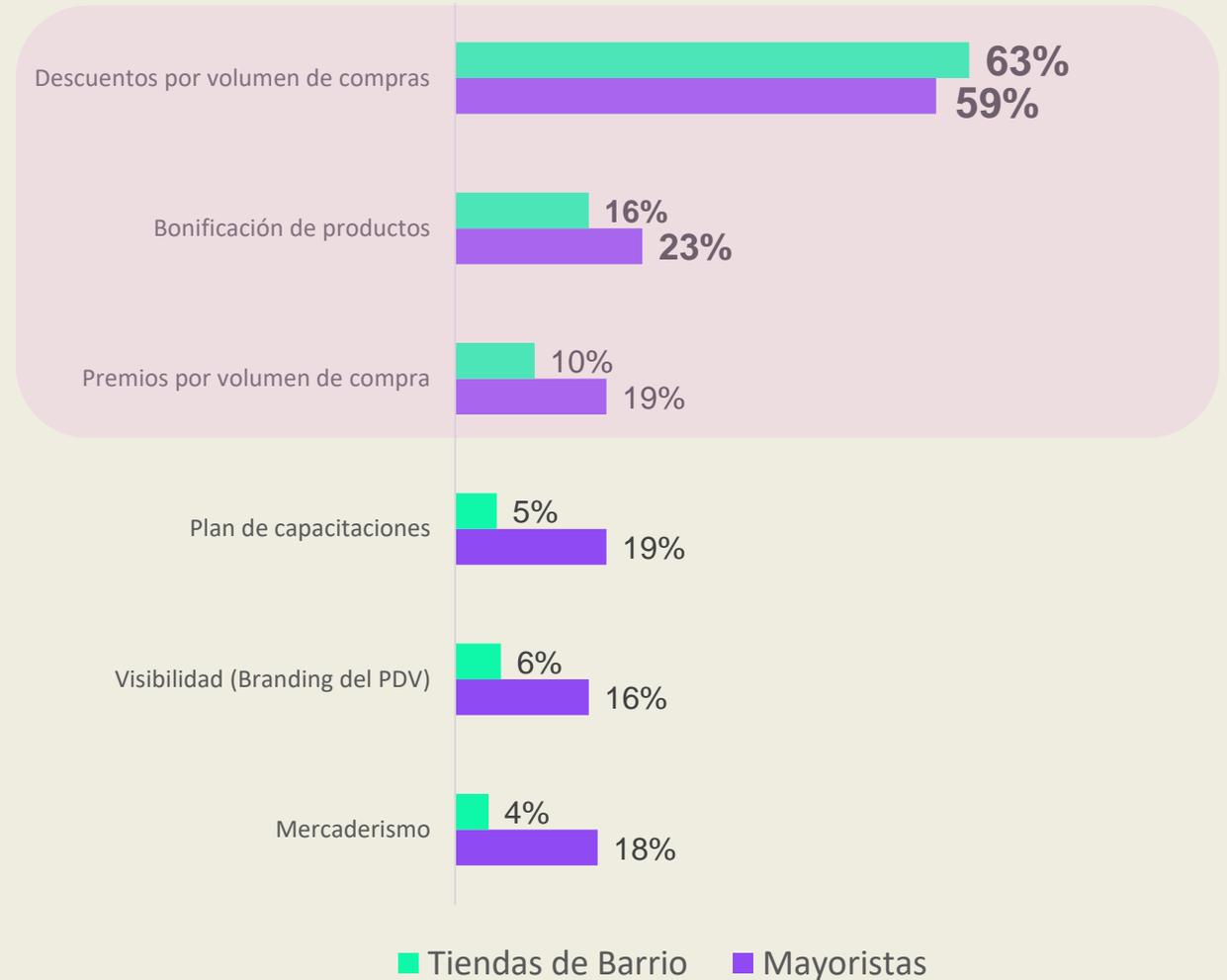
Fidelización a los puntos de venta

Fidelización de las empresas hacia los puntos de venta

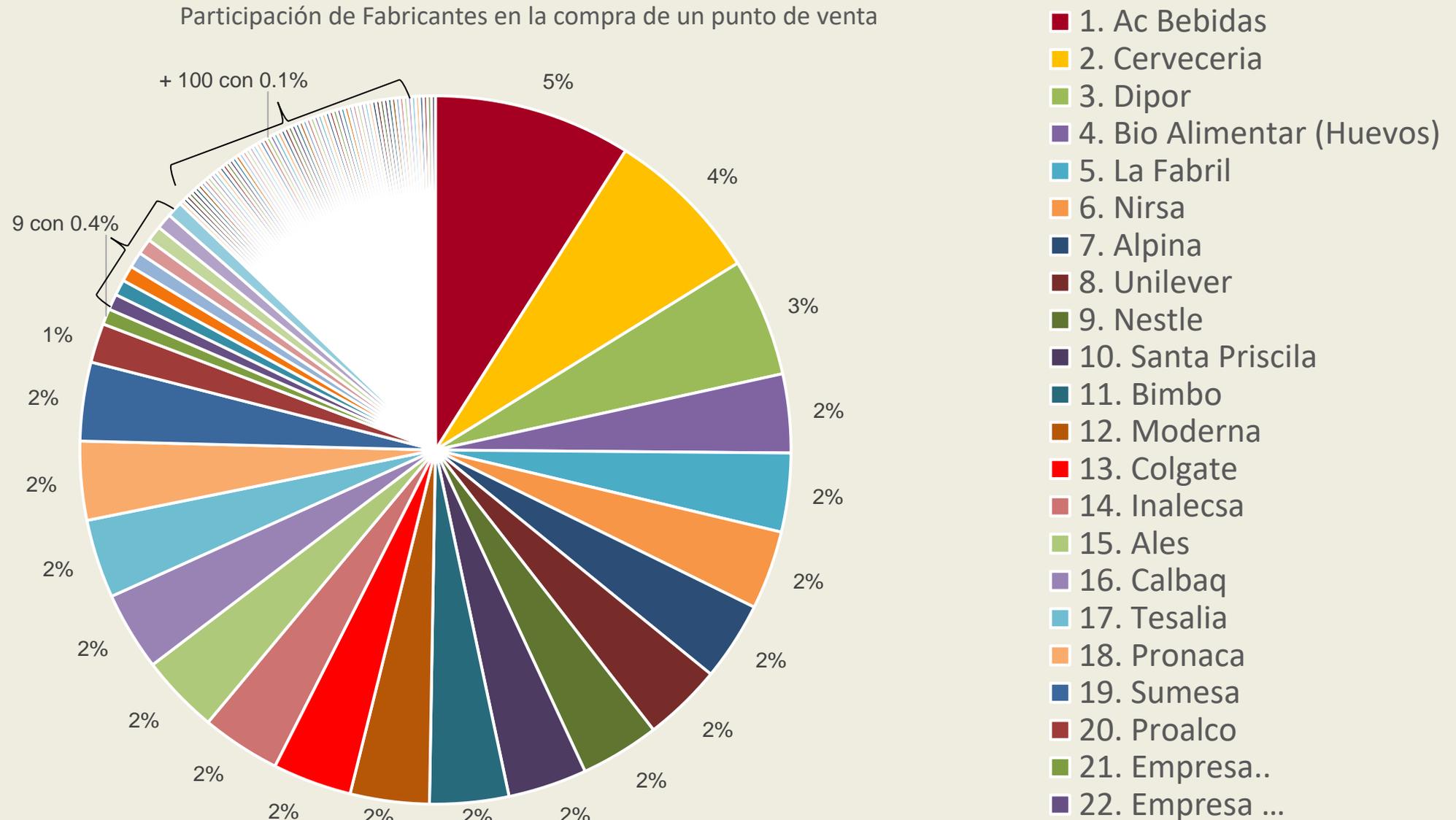
¿Le gustaría que las empresas les ofrezca algún incentivo?



Que esperan los puntos de venta de las empresas para generar fidelización a las marcas



Participación de compra del punto de venta a Fabricantes



7

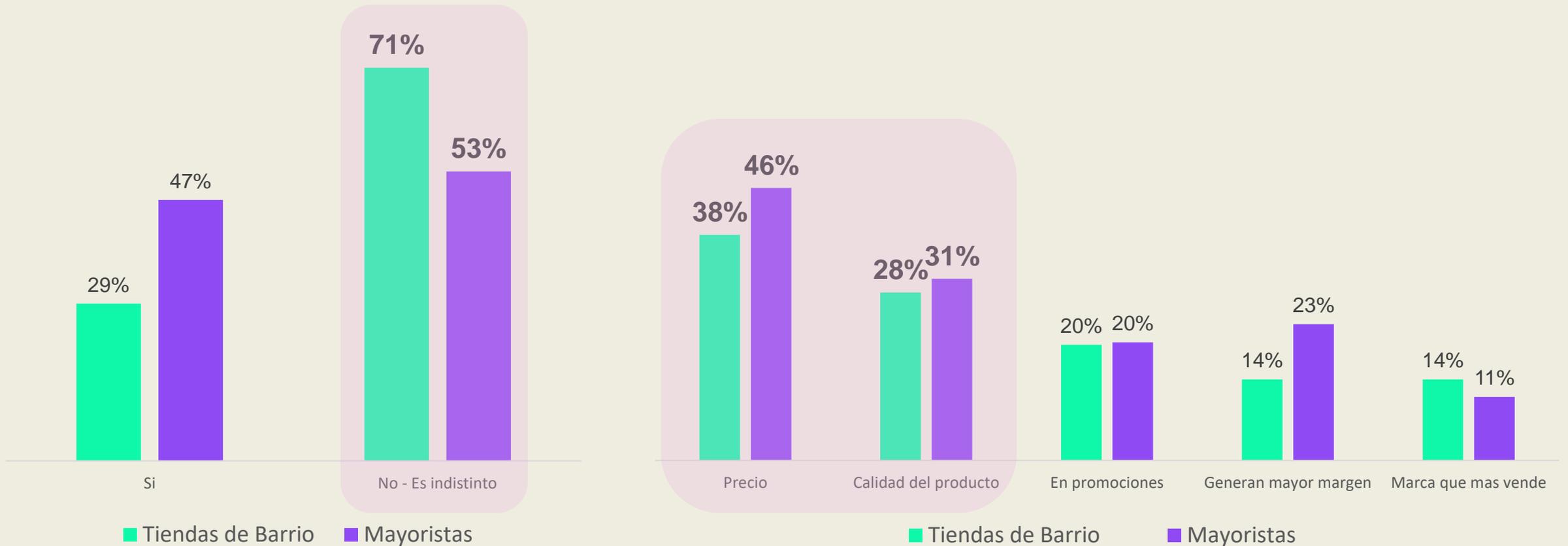
Preferencias de los puntos de ventas hacia las marcas



Factores clave preferencias de los PDV hacia las marcas

Cuando un cliente viene por un producto ¿recomiendan alguna marca en particular?

¿Cuáles son los criterios más importantes que consideras al recomendar una marca?



¡VACUNAS NO!

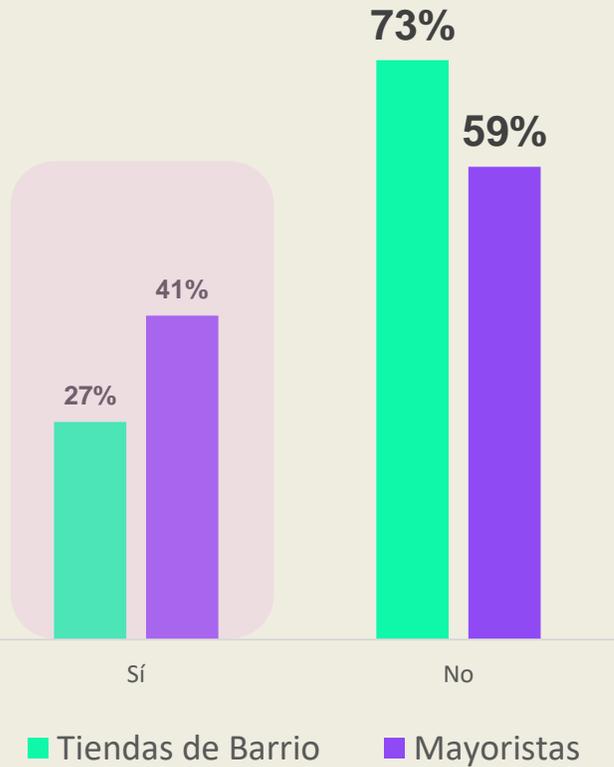
8

Inseguridad

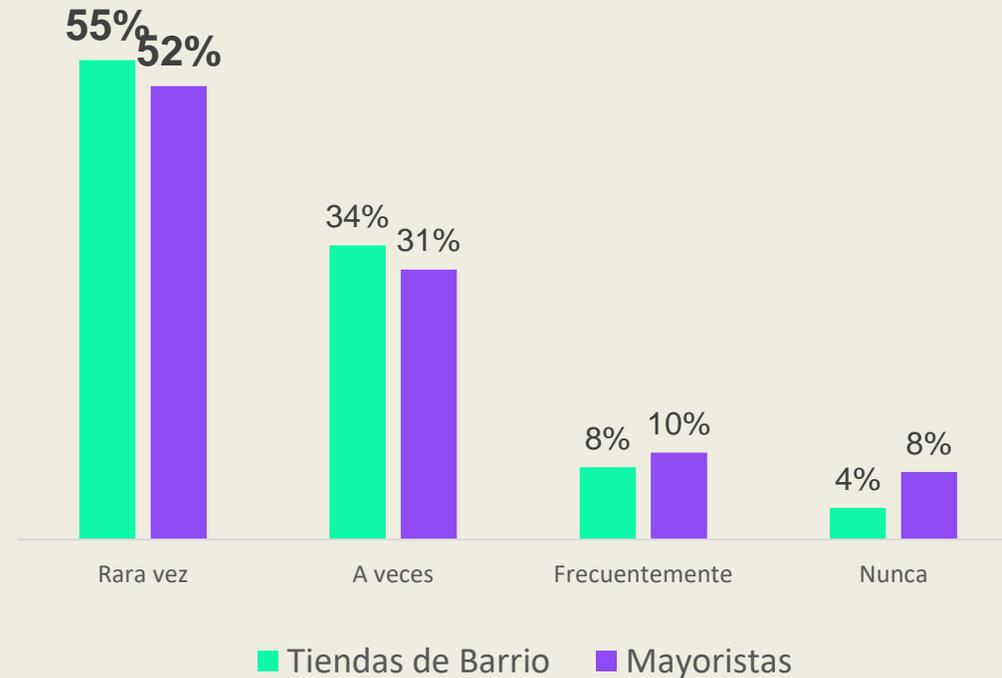


¿Cómo ha afectado la inseguridad a estos sectores?

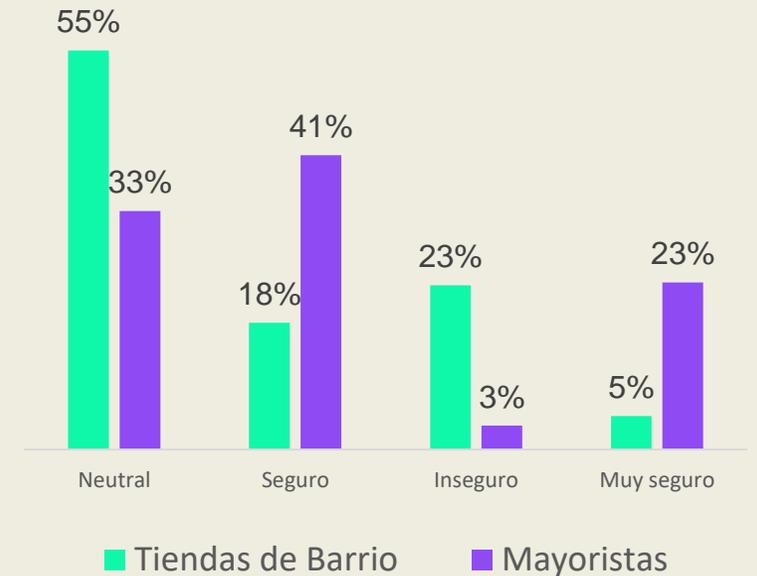
Presentaron algún robo durante el último año



Incidentes de robo en su zona



¿Que tan seguro se siente trabajando en su negocio?

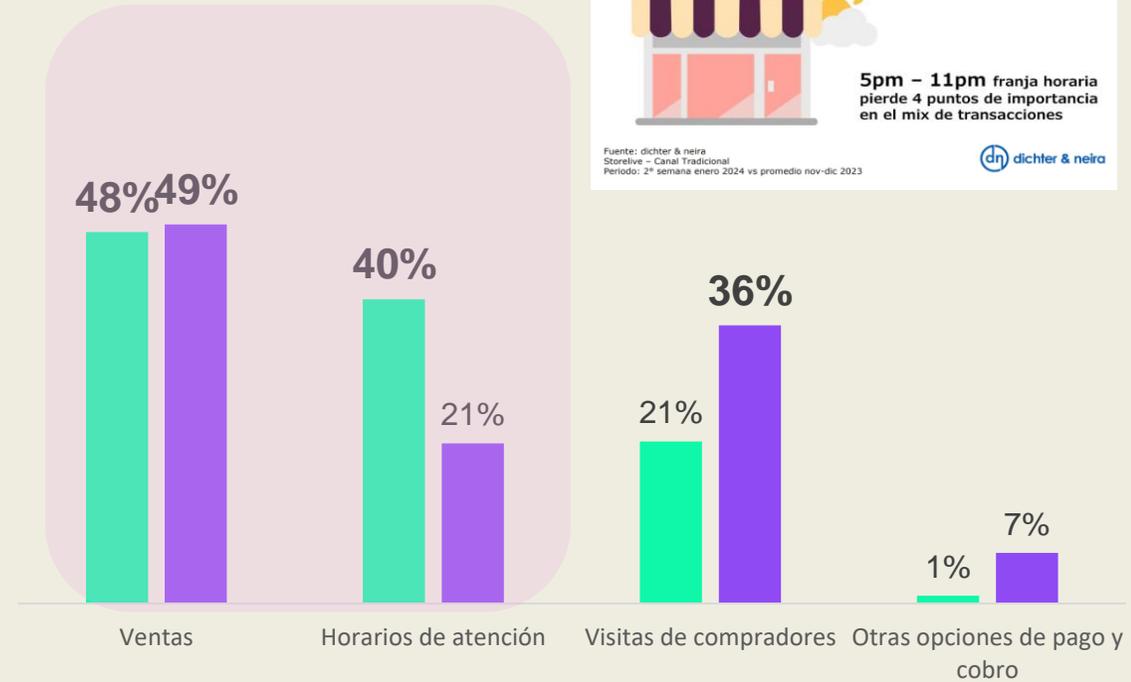
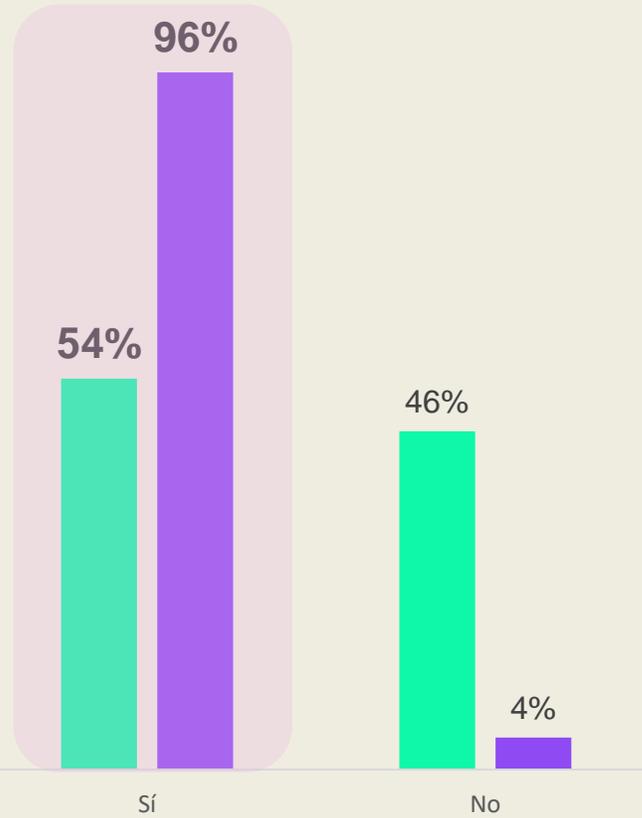
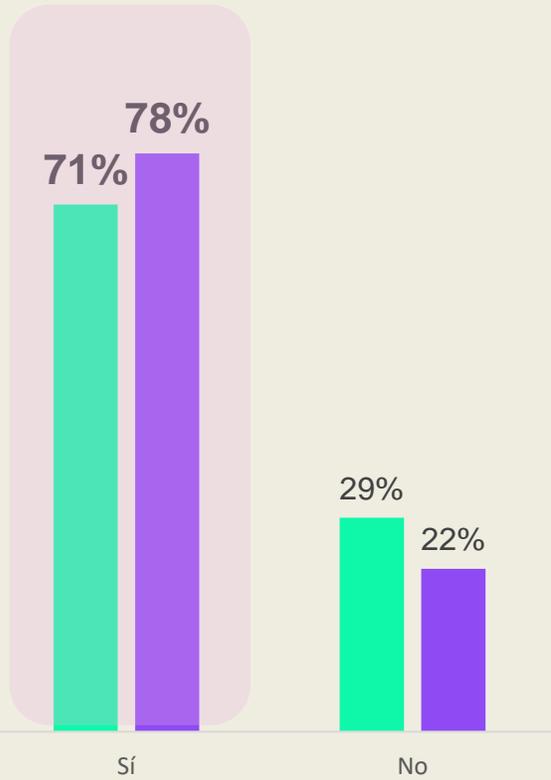


¿Cómo ha afectado la inseguridad a estos sectores?

La inseguridad ha tenido efecto negativo en su negocio

Cuenta con sistemas de seguridad para su negocio

En que factores ha afectado la inseguridad a su negocio



Cierres anticipados de las tiendas

5pm – 11pm franja horaria pierde 4 puntos de importancia en el mix de transacciones

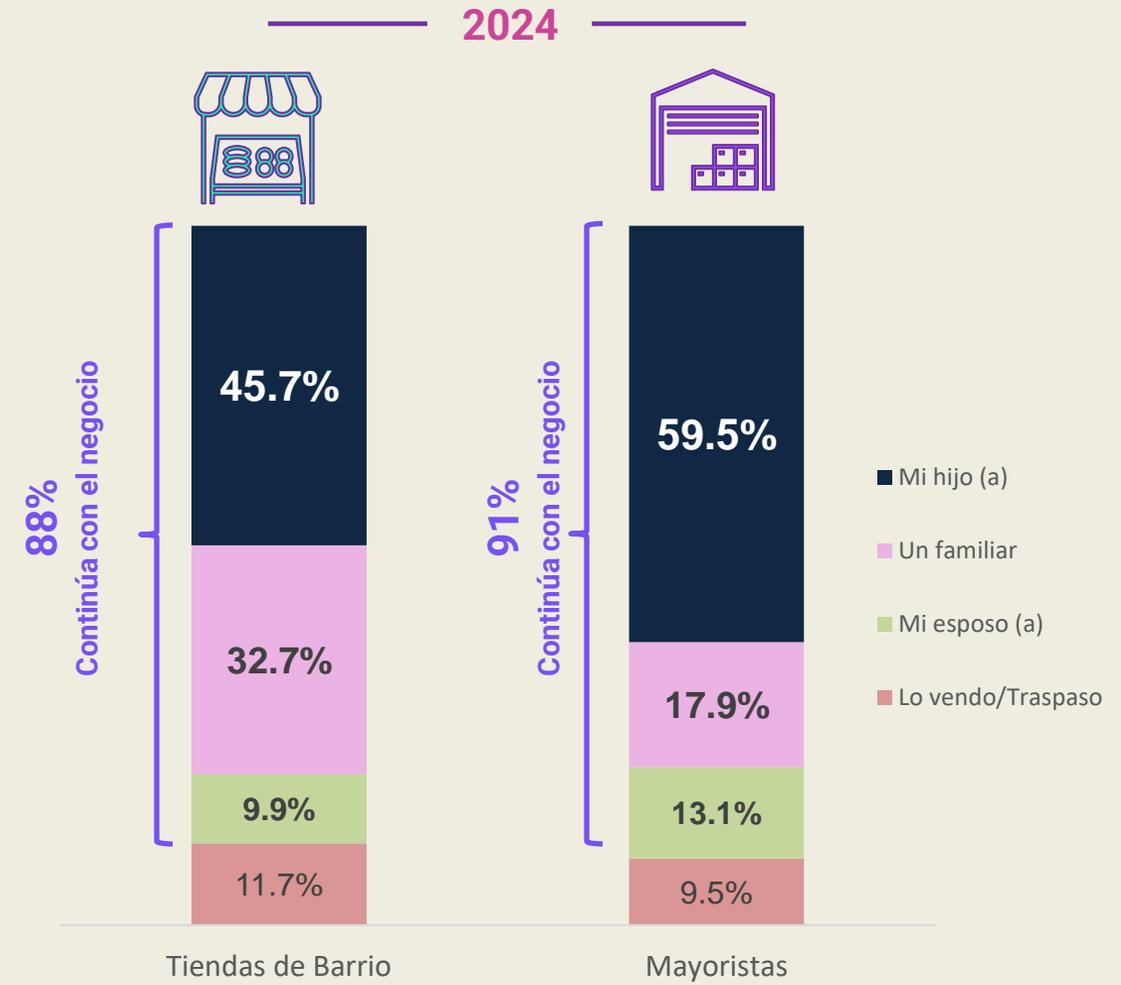
Fuente: dichter & neira
Storelive – Canal Tradicional
Periodo: 2ª semana enero 2024 vs promedio nov-dic 2023

dn dichter & neira

9 Sucesión del negocio



Sucesión del negocio





Contacto: contacto@xplora.net

Estudio elaborado por Xplora que forma parte del portafolio de estudios de esta unidad de negocio

Todos los textos, artículos, datos, imágenes, cuadros o información (en adelante, referidos en forma conjunta como “la Información”) que aparecen en este estudio son de propiedad exclusiva de Xplora y otros según se indique. La Información no puede ser copiada, exhibida, reproducida, distribuida, modificada, publicada, vendida, transmitida o utilizada para propósitos públicos o comerciales, en forma total o parcial, sin la expresa autorización por escrito de Xplora. No se podrá utilizar el contenido de la Información en ninguna forma que pueda dar lugar a una impresión o declaración falsa o engañosa o que vaya en contra de las políticas de difusión de Xplora. La compra-venta de este estudio no debe ser entendida como que se está otorgando una licencia o algún otro derecho de propiedad intelectual. El logotipo de Xplora es una marca registrada y, por lo tanto, mantiene el derecho a su uso exclusivo. Cualquier uso de la Marca por parte de terceros solo podrá realizarse en estricto cumplimiento de lo dispuesto por el segundo párrafo del artículo 157 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. Xplora iniciará acciones legales contra aquellos que infrinjan sus derechos de autor y derechos de propiedad industrial.