



# Prácticas de la Administración de Espacios en Latinoamérica 2006

**Merchandising Services**  
**Junio 2006**



El contenido de esta presentación es propiedad intelectual de ACNielsen y está protegida por la legislación nacional y/o los convenios internacionales. Esta presentación así como su contenido es confidencial y no podrá ser divulgado o utilizado sin la autorización escrita de ACNielsen.

# Objetivo

- Compartir con nuestros clientes un completo inventario de las prácticas actuales de Administración de Espacios en los distintos países de Latinoamérica
- Proveer “benchmarks” claros para la definición de objetivos de trabajo en el ámbito de la Administración de Espacios. Un beneficio exclusivo para clientes de ACNielsen – Merchandising Services

# Agenda

- **Key take-away**
- **Percepción de la Industria**
- **Desarrollo interno de la empresa**
- **Visión de los Socios**
- **Conclusiones**
- **Notas metodológicas**
- **Información de Contactos**

# Key take-away

- En el 2005 hubo mayor actividad en Administración de Espacios
- Sin embargo, la mayoría de las empresas considera que puede profundizar aún más en sus prácticas de administración de espacios
- La administración de espacios se ha ligado inexorablemente al proceso de Category Management, aunque aún un 30% de la actividad se realiza de manera independiente
- La ejecución continúa siendo el mayor desafío para la administración de espacios
- El grado de cumplimiento de los procesos es elevado
- Los proveedores aún consideran que los detallistas podrían mejorar sus prácticas en Administración de Espacios, y perciben que la industria ha invertido más en mejorar en este aspecto durante el último año que sus socios detallistas

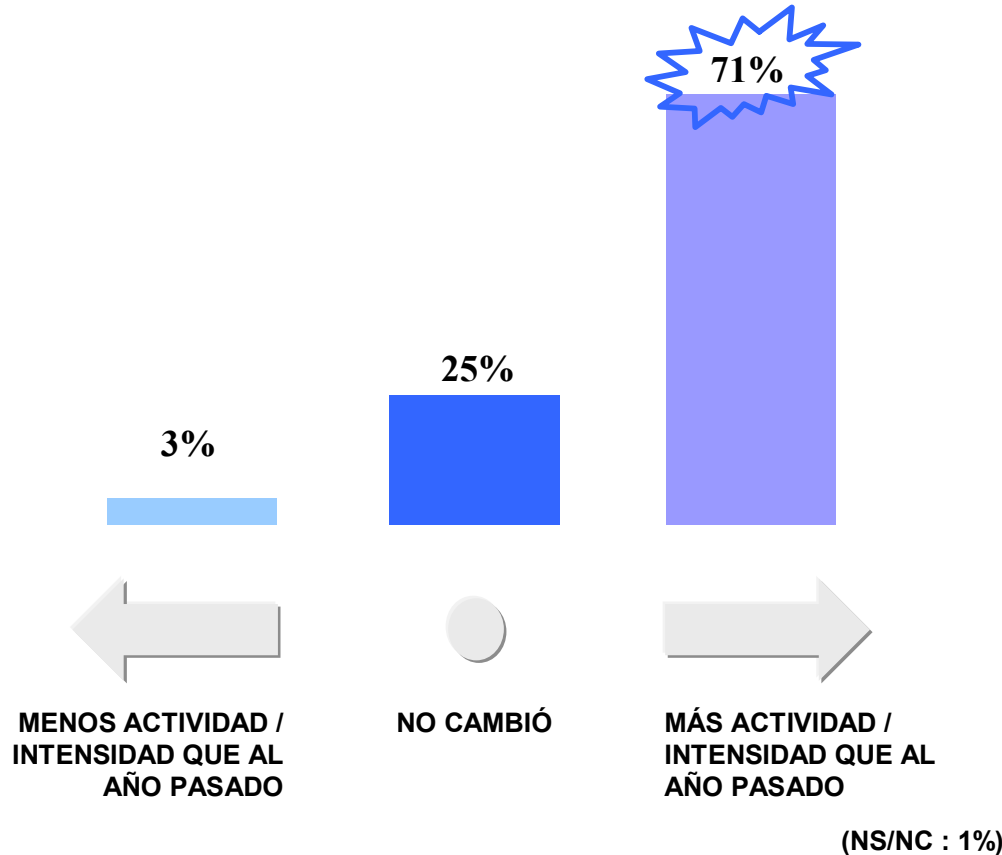


# Percepción de la industria en general



# En el 2005 hubo más actividad en Administración de Espacios

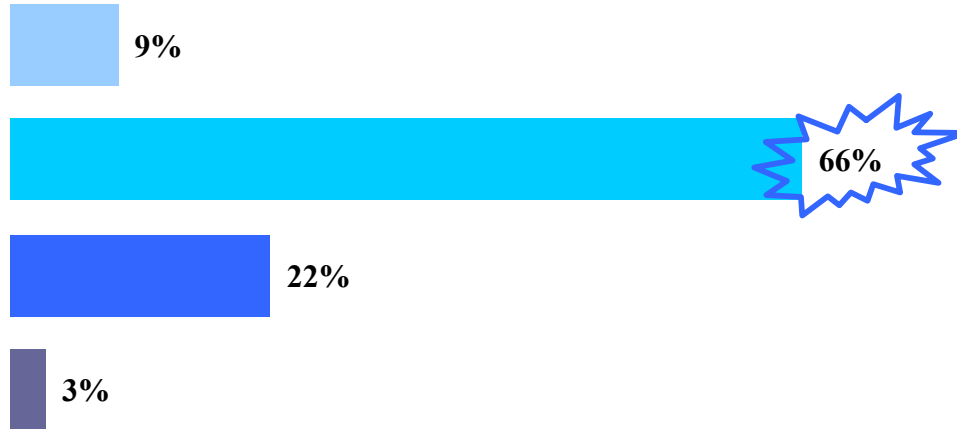
¿Cuál es la tendencia general que usted observa en la industria respecto de las prácticas de Administración de Espacios vs. año pasado?



- La mayoría de las empresas considera que hay una mayor intensidad en administración de espacios que el año pasado
- Entre los detallistas, 77% tiene esa percepción. Entre los fabricantes, 68%

# Sin embargo, la mayoría de las empresas considera que aún tiene mucho por hacer en materia de Space Management

¿Cómo califica a su industria en general respecto del aprovechamiento de técnicas de Administración de Espacios?



- Incipiente
- Se hace algo pero podría ser más avanzada
- Sofisticada
- Prácticamente no se hace

- 6 de cada 10 compañías consideran se puede hacer más cosas respecto la Administración de Espacios
- Solamente el 22% de las empresas considera que en su industria se ha logrado un nivel de desarrollo sofisticado

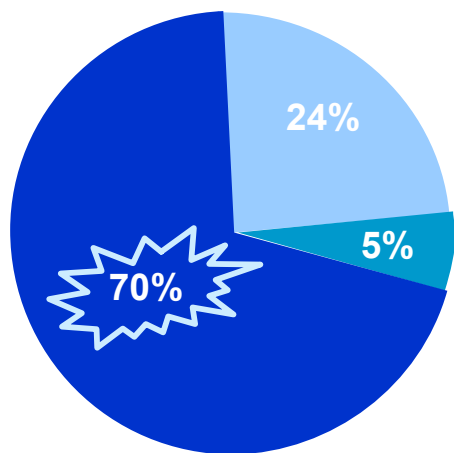


# Desarrollos de prácticas de Administración de Espacios dentro de la empresa



# La Administración de Espacios casi siempre se desarrolla en el marco de la Administración de Categorías...

¿Desarrollan sus planes de Admón. de espacios en el contexto de un Proceso de Admón. de Categorías o son independientes?



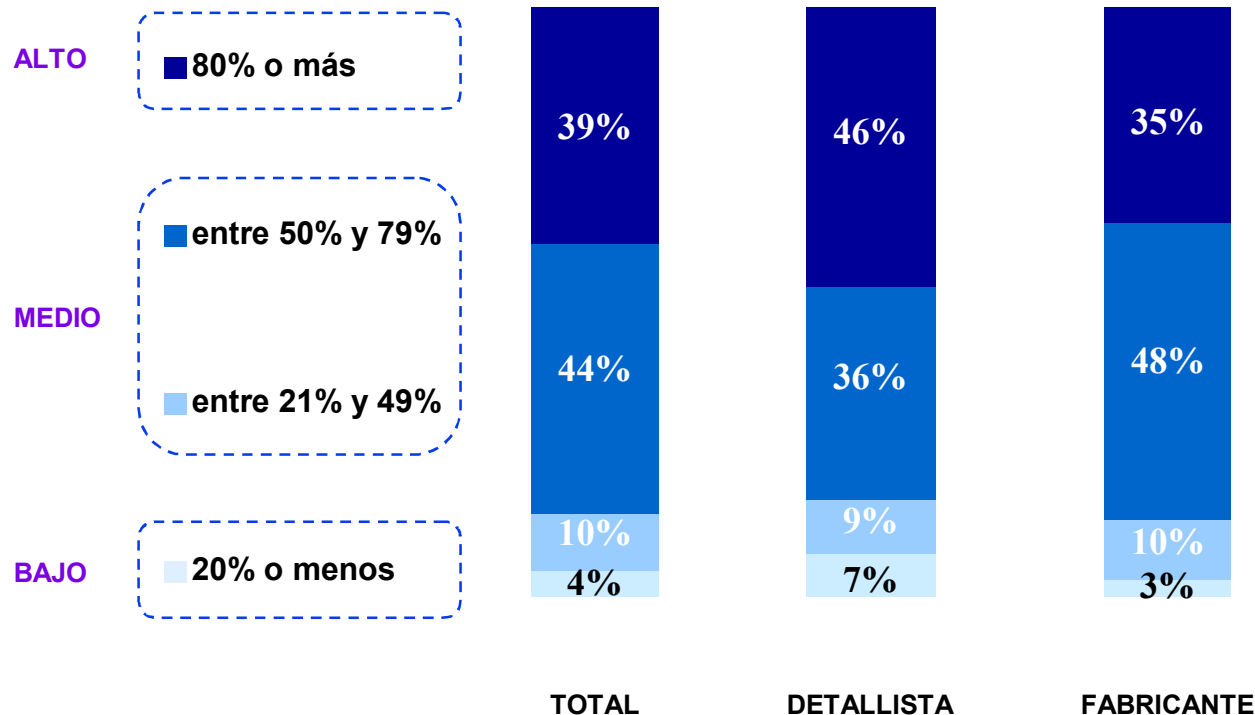
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca

(NS/NC : 1%)

- En Latam, los planes de administración de espacios se desarrollan principalmente en el contexto de un proceso de Category Management
- Solamente el 5% no realizan estas actividades de manera combinada

# Sin embargo... existen altos grados de cumplimiento de los planes

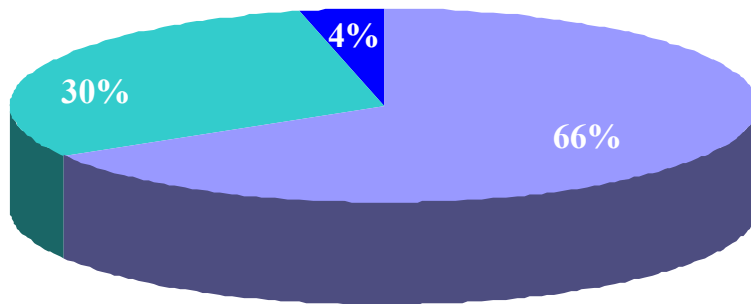
¿Cuál es el grado de cumplimiento que generalmente logra en la implantación de sus planes de Administración de Espacios?



Las empresas que aplican planes de Administración de Espacios, alcanzan generalmente muy buenos resultados

# 1 de cada 3 empresas contrata con terceros, al menos alguna actividad vinculada a la admón. de espacios

¿Cuenta con los recursos idóneos para desarrollar un proceso de Administración de Espacios o aplica outsourcing?

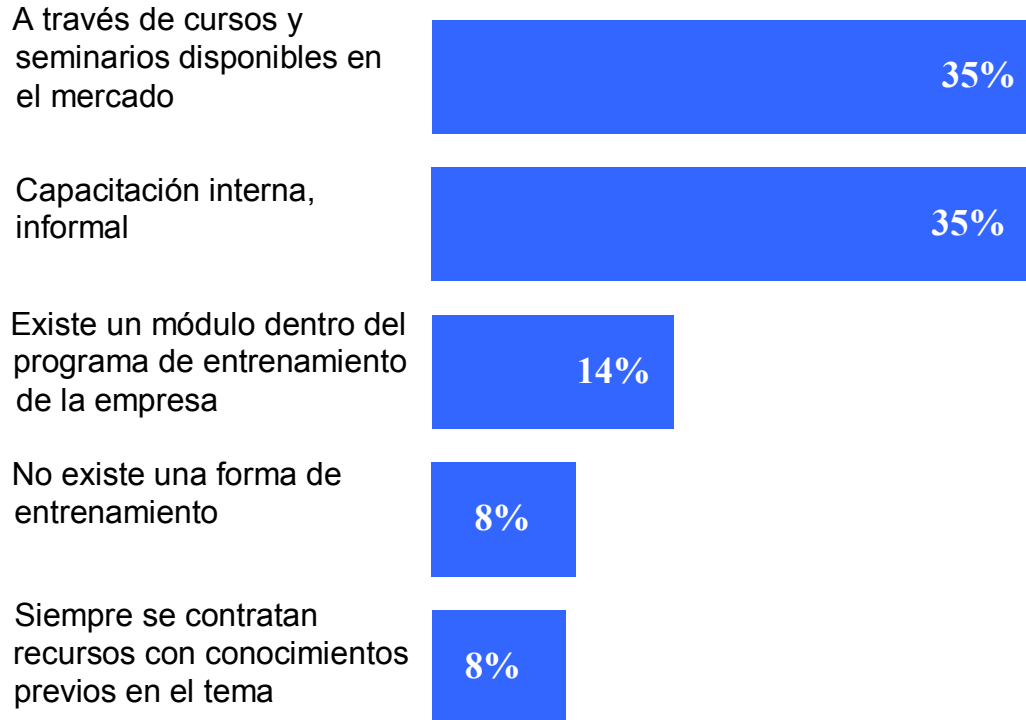


- Cuento con recursos propios para atender el 100% del trabajo
- Utilizo servicios de outsourcing de algunas actividades
- Contratamos por fuera todas las tareas

- El 66% de las empresas cuentan con los recursos necesarios para desarrollar procesos de administración de espacios
- Sin embargo una parte creciente aplica outsourcing en algunas actividades, como por ejemplo planogramación y relevamiento

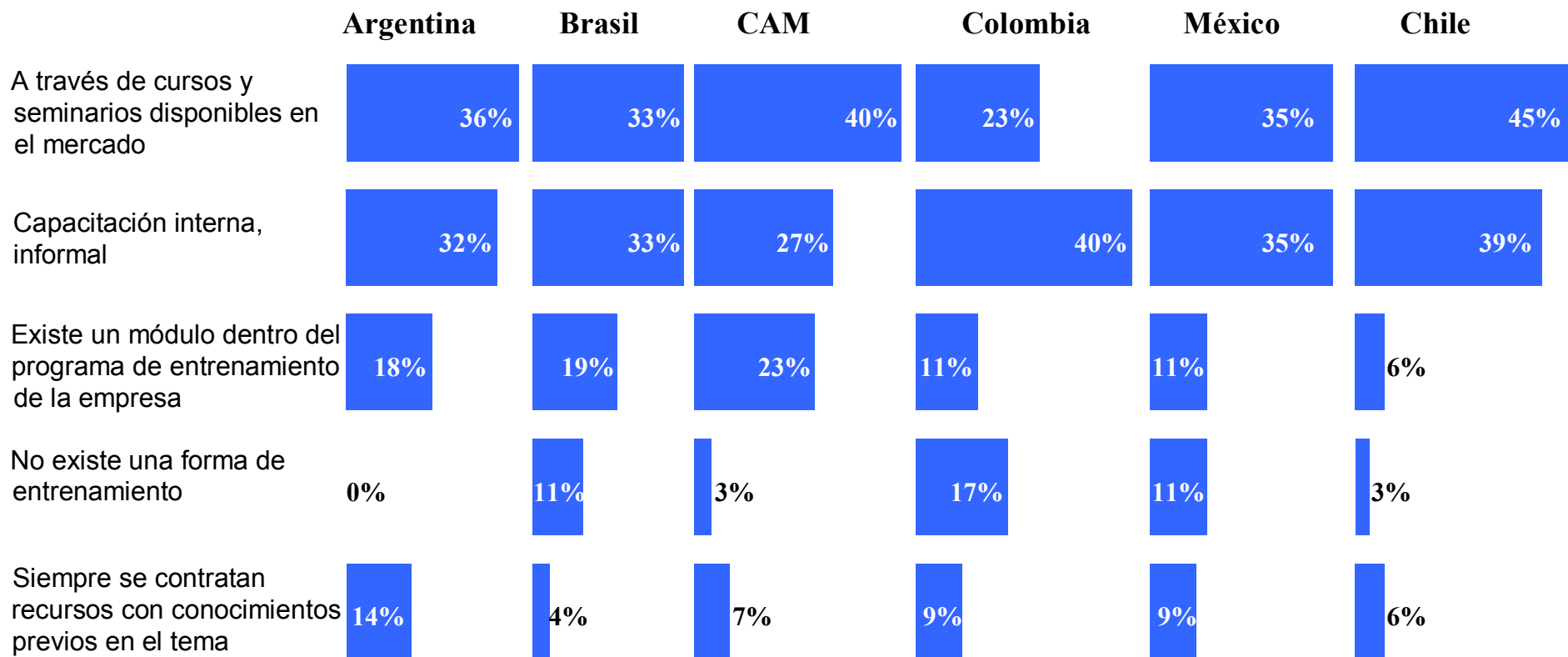
# Más del 30% de las empresas aprovechan cursos y seminarios disponibles en el mercado para entrenar a sus empleados

## ¿Cuál es el modo habitual de entrenamiento de sus recursos en aspectos de Adm. de Espacios?



- La mayoría de las empresas capacita al personal internamente de manera informal o por medio de cursos y seminarios disponibles en el mercado
- Solamente el 8% de las empresas no realiza ningún tipo de capacitación

# Chile y CAM se destaca una mayor tendencia por capacitar mediante cursos y seminarios disponibles en el mercado



# Conclusiones

- Si bien las empresas no han desarrollado ampliamente las prácticas de Administración de Espacios, puede destacarse un incremento en la intensidad de uso de éstas
- En general se percibe un menor avance cuando se habla del socio
- El principal problema se presenta en el momento de ejecución (en la implantación y el control)
- El grado de cumplimiento es elevado. En el 40% de los casos, se cumplen los objetivos deseados en un 80% o más

# Conclusiones

- **El 70% tiene una visión integral del proceso y lo desarrolla en el marco de Administración de Categoría**
- **Si bien muchas empresas capacitan a su personal de manera informal o con cursos internos, existe un porcentaje considerable de empresas que recurren al outsourcing**

# Notas Metodológicas

- Cantidad de empresas participantes

	ARG	BRA	CAM	CHI	COL	MEX	Total
Retailers	4	10	13	6	11	12	56
Fabricantes	16	15	15	22	19	24	111
Total	20	25	28	28	30	36	167

- Modo de administración
  - E-mail
- Fechas del estudio:
  - Agosto y Septiembre del 2005

- Cuestionario



Microsoft Excel  
Worksheet

 AC Nielsen

