AECOC BENCHMARKING COMERCIAL Y PUNTO DE VENTA

Objetivos

El objetivo del **Benchmarking Comercial Punto de Venta** es aportar a las empresas fabricantes una herramienta para conocer:

- **cómo valora la distribución** sus actividades comerciales
- y **cómo las posicionan** frente a sus competidores

El análisis se realiza en los dos momentos clave de la relación fabricante – distribuidor, aportando una **VISIÓN 360º** de:

- la negociación con los responsables de compras de la **CENTRAL**
- la ejecución de la propuesta comercial en los **PUNTOS DE VENTA**

El **Benchmarking** es una reconocida **herramienta sectorial** que permite:

IDENTIFICAR PUNTOS FUERTES Y DE MEJORA

MEDIR Y MEJORAR LA RELACIÓN FABRICANTE - DISTRIBUIDOR

ELABORAR PLANES DE ACCIÓN PERSONALIZADOS

El proyecto incluye la participación de los fabricantes en el estudio inverso **Benchmarking Retailers** donde los fabricantes evalúan a sus clientes. Los fabricantes recibirán un informe de resultados, proyecto que aporta una clara mejora en la colaboración fabricante - distribuidor.

Metodología de análisis

CUESTIONARIO ONLINE

Cuestionario compuesto por:

CENTRAL	• 7 bloques + 60 ítems analizados	• Director – Responsable de compras de la categoría
TIENDA	• 5 bloques + 30 ítems analizados	• Responsable del PdV y/o Jefe de sección - categoría

ENTREVISTAS PERSONALES

- Validar la información de los cuestionarios.
- Identificar puntos de mejora de los fabricantes participantes en el estudio.
- Encuadrar las valoraciones dentro de su marco estratégico.
- Obtener una visión cualitativa.
- Conocer las tendencias del sector a medio plazo.

CÁLCULO DE RESULTADOS

- Todos los distribuidores tienen el **mismo peso** en el cálculo final.
- Los resultados son **ponderados** según la importancia expresada por el agregado de la distribución a cada bloque de cuestiones.
- Valoraciones del 0 al 10, siendo el 0 la peor nota y el 10 la mejor.

INFORME DE RESULTADOS

- Los resultados se muestran mediante un **Ranking** que se divide en los siguientes niveles:

TOP 5 · NIVEL ALTO · NIVEL MEDIO · NIVEL BAJO · NO VALORADO

- Los Rankings se muestran en abierto con las valoraciones de todos los participantes.

Alcance Distribuidores

⚠ La muestra de distribuidores puede variar en cada edición, si bien lo hace de forma limitada, con el fin de garantizar la coherencia del análisis evolutivo año tras año.

Alcance Fabricantes

Bloques de estudio

Analizamos las 7 palancas comerciales clave de la relación fabricante – distribuidor:

CENTRAL, más de 60 ítems analizados

Desarrollo de mercado - categoría

Se valora la política y acciones que conducen al desarrollo del mercado y de la demanda

Trato comercial y gestión del PdV

Se valora la relación con la distribución y su gestión en el punto de venta

Aprovisionamiento

Se valora el nivel de servicio ofrecido por los fabricantes

Promoción

Se valora la actividad promocional, la innovación, la rentabilidad y la flexibilidad del fabricante

Surtido y Visibilidad

Se valora la gestión del portfolio de producto, altas y bajas e innovación

Estrategia digital

Se valora el nivel de preparación comercial y ejecución de acciones para el entorno online

Sostenibilidad

Se mide el posicionamiento y desempeño del fabricante en materia de sostenibilidad

Bloques analizados sólo desde Central

TIENDA, más de 30 ítems analizados

Timing del estudio

Enero - Marzo	Abril - Mayo	Junio - Julio	Ago - Sept	Oct - Dic
Definición y cierre de la muestra	Envío cuestionario Central y Tienda	Entrevistas personales	Tratamiento datos y elaboración informe	Presentación de resultados

¿Qué incluye el estudio?

El **Benchmarking Comercial PdV** incluye:

- Tendencias del sector de la distribución
- Prioridades de la distribución Central & Tienda
- Resultados del contratante Central & Tienda
- Resultados segmentados por bloque y cliente Central & Tienda
- Verbatims por cliente y bloque Central

  (para la parte de Tienda no se realizan entrevistas personales, los verbatims se extraen del aplicativo online)
- Evolutivos (en caso de disponer de información previa al año de contratación)
- Resumen y conclusiones personalizadas
- Fichas tácticas por cliente Central & Tienda
- Presentación personal en las oficinas del fabricante
- Participación en el proyecto Benchmarking Retailers y entrega de informe de resultados

EJEMPLO INFORME BENCHMARKING COMERCIAL PdV FABRICANTE CONTRATANTE

¿Qué resultados ofrece?

Los contratantes reciben un **informe confidencial y personalizado** que incluye:

1. Tendencias de la Distribución
2. Prioridades de la Distribución
3. Resultados Generales: Central / Tienda
4. Resultados Central
5. Resultados Tienda
6. Resumen y conclusiones

Anexo: Plan de acción por cliente

Tendencias de la distribución

Tendencias extraídas a partir de las entrevistas personales realizadas con la **dirección comercial** de cada distribuidor participante. Permite identificar las **prioridades y demandas del sector Gran Consumo.**

Tendencias sector Gran Consumo

CONTEXTO 01

MDD - CONSUMIDOR 02

PALANCAS ESTRÁTEGICAS DE VALOR 03

CANALES LÍQUIDOS 04

ONLINE - RETAIL MEDIA - IA 05

AECOC BENCHMARKING

CONCLUSIONES:

Recuperación del volumen y estabilidad del consumo: el sector ha vuelto a niveles cercanos a los prepandemia, aunque con crecimiento desigual entre categorías.

Avance de la MDD: la MDD gana cuota frente a la MF, esta última recurre a promociones agresivas para fidelizar y mantener su volumen.

Cambios en la estructura de consumo y perfiles de consumidores: la población envejecida, hogares unipersonales e inmigración dibujan nuevas necesidades, demandas y oportunidades de productos.

Promoción como palanca clave: el reto se centra en ser eficiente, generar incrementalidad y no saturar al consumidor.

Surtido, eficiencia vs amplitud: reducir duplicidades y referencias de baja rotación vs mantener variedad, innovación y diferenciación para ofrecer valor al consumidor.

Innovar es más difícil pero imprescindible: se detectan oportunidades en tendencias como salud, bienestar y alimentación funcional.

Sostenibilidad como reto: gap entre la intención de compra del consumidor y la disposición a pagarlo + complejidad de implementar las normativas.

Enfoque en la conveniencia y ready to eat: ofrecer soluciones culinarias rápidas y de calidad mientras se pone foco en la rentabilidad y la merma.

Adopción prudente de la IA: se implementan herramientas de IA en marketing, análisis de datos, previsiones de ventas... siendo los principales desafíos culturales y regulatorios.

AECOC BENCHMARKING

Prioridades de la distribución

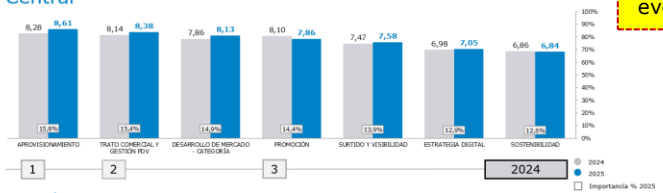
Prioridades de la distribución

El peso de cada bloque se ha calculado en función de la importancia expresada en cada bloque.

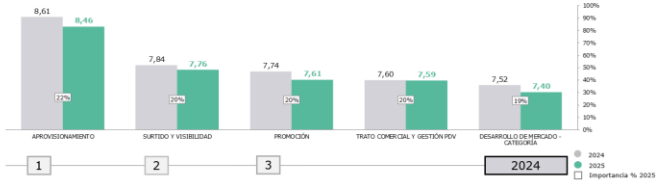
LEYENDA:
Escala de valoración de la importancia
10= Crucial
7,5 = Muy importante
5 = Importante
2,5 = Poco Importante
0= Nada importante

Importancia de los bloques

Central



Tienda



AECOC BENCHMARKING

Permite identificar las **prioridades del sector** a nivel Central y Tienda, así como ver su evolución respecto el año anterior.

Prioridades de la distribución

LEYENDA:
Pregunta que sube más posiciones
Pregunta que baja más posiciones
Pregunta nueva en el TOP 10

TOP 10 preguntas más importantes Central

	BLOQUE	PREGUNTAS MÁS IMPORTANTES	IMPORTANCIA 2025	IMPORTANCIA 2024	Evol. Valoración
1	APROVISIONAMIENTO	Nivel de roturas de stock	9,38	9,07 (1ª)	↑
2	TRATO COMERCIAL Y GESTIÓN PDV	La rentabilidad del proveedor está ajustada a la rentabilidad de la categoría	9,24	9,06 (2ª)	↑
3	TRATO COMERCIAL Y GESTIÓN PDV	La relación comercial es buena y accesible	9,08	8,92 (3ª)	↑
4	APROVISIONAMIENTO	Nivel de incidencias en la entrega de pedidos	9,05	8,84 (6ª)	↑
5	APROVISIONAMIENTO	Resuelve las incidencias con rapidez y facilidad	8,99	8,91 (5ª)	↑
6	DESARROLLO DE MERCADO - CATEGORÍA	Nos apoya para competir y diferenciarnos de otras enseñas	8,98	8,91 (4ª)	↑
7	DESARROLLO DE MERCADO - CATEGORÍA	Adapta sus políticas a las estrategias del distribuidor con el fin de trabajar planes de negocio conjuntos	8,94	8,8 (8ª)	↑
8	TRATO COMERCIAL Y GESTIÓN PDV	El proveedor es ágil respondiendo a nuestras necesidades comerciales	8,89	8,83 (7ª)	↑
9	APROVISIONAMIENTO	Cumple los plazos de entrega y requisitos logísticos de una implantación	8,89	8,77 (9ª)	↑
10	DESARROLLO DE MERCADO - CATEGORÍA	La información facilitada es objetiva y fiable	8,88	8,8 (10ª)	↑

Prioridades de la distribución

TOP 10 preguntas más importantes Tiendas

	BLOQUE	PREGUNTAS MÁS IMPORTANTES	IMPORTANCIA 2025	IMPORTANCIA 2024	Evol. Valoración
1	APROVISIONAMIENTO	Nivel de incidencias en la entrega de pedidos	8,83	8,8 (1ª)	↑
2	APROVISIONAMIENTO	Nivel de roturas de stock	8,62	8,78 (3ª)	↓
3	APROVISIONAMIENTO	Nivel de roturas de stock en promociones y lanzamientos	8,58	8,8 (2ª)	↓
4	SURTIDO Y VISIBILIDAD	Dispone de marcas fuertes y conocidas	8,29	8,45 (4ª)	↓
5	APROVISIONAMIENTO	El sistema de aprovisionamiento es eficiente	8,23	8,44 (5ª)	↓
6	PROMOCIÓN	Las promociones son fáciles de entender para los consumidores	8,11	8,42 (6ª)	↓
7	TRATO COMERCIAL Y GESTIÓN PDV	Conoce/recoge las necesidades de los puntos de venta	8,04	8,32 (7ª)	↓
8	APROVISIONAMIENTO	Identifica incidencias y propone soluciones con rapidez y facilidad	8,03	8,24 (8ª)	↓
9	SURTIDO Y VISIBILIDAD	El surtido se ajusta a las nuevas tendencias del mercado (bio, sin azúcar, 0.0, saludable, etc.)	7,99	8,2 (9ª)	↓
10	TRATO COMERCIAL Y GESTIÓN PDV	Es proactivo y propone acciones de mejora para la gestión de los puntos de venta y el lineal	7,88	8,06 (10ª)	↓

TOP10 preguntas más importantes del estudio que definen las **demandas del sector hacia el fabricante** desde Central y Tienda.

AECOC BENCHMARKING

Resultados generales: central - tienda

Ranking general

Media agregada de todos los bloques.

LEYENDA:
- TOP 5
- Nivel Alto
- Nivel Medio
- Nivel Bajo

Central

RANKING TOTAL

POSICIÓN	FABRICANTE	VALORACIÓN
1	CAMPOFRÍO MOSTRADOR	6,83
2	CAMPOFRÍO LIBRESERVICIO	6,63
3	VICKY FOODS PAN Y BOLLERÍA	6,62
4	HEINEKEN	6,58
5	MAHOU - SAN MIGUEL	6,48
6		6,45
7		6,44
8		6,38
9		6,30
10		6,25
11		6,20
12		6,19
13		6,16
14		6,15
15		6,10
16		6,10
17		6,06
18		6,05
19		6,05
20		6,02
21		6,02
22	FABRICANTE CONTRATANTE	6,02
23		5,99
24		5,99
25		5,97
26		5,95
27		5,94
28		5,91
29		5,89
30		5,83
31		5,82
32	COMPARATIVA 1	5,81
33		5,79
34		5,78
35		5,77
36		5,77
37		5,70
38		5,69
39		5,68
40		5,64
41		5,64
42	COMPARATIVA 2	5,63
43		5,61
44		5,61
45		5,60
46		5,60
47		5,60
48		5,54
49		5,53
50		5,52
51		5,48
52		5,47
53		5,46
54		5,45
55		5,42
56		5,34
57		5,34
58		5,02
59		5,01
60		4,84

AECOC BENCHMARKING

En el informe se muestra el **ranking abierto, general y por bloques,** de todos los fabricantes a nivel **Central y Tienda.**

Ranking general por distribuidor

Media agregada de todos los bloques.

LEYENDA:
- Valoración más alta del Benchmarking
- Valoración por debajo de 5

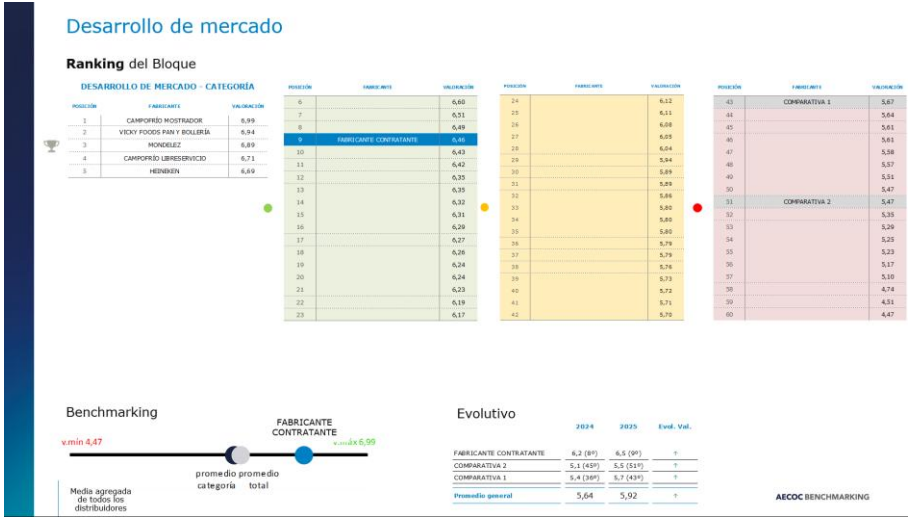
Central

	FABRICANTE CONTRATANTE		COMPARATIVA 1		COMPARATIVA 2		EJOR FABRICANTE
EL CORTE INGLÉS (Mín: 1,83 Máx: 9,13)	8,88	4º	8,88	3º	9,13	1º	PASCUAL LECHE (9,13)
CARREFOUR (Mín: 2,27 Máx: 8,44)	7,46	6º	3,97	55º	4,68	51º	PANAMAR (8,44)
COVIRÁN (Mín: 3,39 Máx: 10)	7,43	29º	6,82	39º	7,53	25º	MAHOU - SAN MIGUEL (10)
CONDIS (Mín: 3,94 Máx: 7,37)	7,36	2º	6,12	16º	6,38	11º	SERPIS (7,37)
ALIMERKA (Mín: 4,61 Máx: 8,95)	7,22	10º	5,12	46º	6,68	17º	CAMPOFRÍO MOSTRADOR, CAMPOFRÍO LIBRESERVICIO (6,95)
PLUSFRESC (Mín: 3,09 Máx: 8,94)	6,70	4º	4,46	52º	4,76	47º	CAMPOFRÍO MOSTRADOR (6,94)
CONSUM (Mín: 4,53 Máx: 9,47)	6,66	15º	5,94	24º	6,17	22º	PASQUIER (9,47)
MERCADONA (Mín: 3,92 Máx: 9,09)	6,28	18º	5,09	1º	7,23	12º	CAPSA (9,09)
H. MARTÍN (Mín: 3,46 Máx: 9,38)	6,14	37º	4,46	33º	6,78	27º	HEINEKEN (9,38)
AHORRAMÁS (Mín: 4,80 Máx: 9,92)	6,07	39º	7,16	27º	6,35	32º	VICKY FOODS PAN Y BOLLERÍA (9,92)
FORNÉS (Mín: 4,61 Máx: 7,74)	5,67	18º	5,03	35º	5,34	25º	L'ORÉAL (7,74)
HIJOS L.RODR. (Mín: 3,75 Máx: 9,54)	5,64	29º	5,11	48º	5,67	27º	LA VIEJA FÁBRICA (9,54)
EROSKI (Mín: 2,77 Máx: 8,72)	5,39	34º	4,69	52º	5,54	29º	PASQUIER (8,72)
DINOSOL (Mín: 2,38 Máx: 9,26)	5,00	29º	4,90	34º	4,74	37º	EL POZO LIBRESERVICIO (9,26)
GADIS (Mín: 4,04 Máx: 5,88)	4,99	44º	4,87	54º	5,04	18º	VICKY FOODS PAN Y BOLLERÍA (5,88)
DIA (Mín: 3,58 Máx: 8,8)	4,73	52º	4,73	53º	4,36	56º	HEINEKEN (8,8)
LIDL (Mín: 4,4 Máx: 7,53)	4,65	37º	4,89	33º	5,33	14º	HEINEKEN (7,53)
UVESCO (Mín: 0 Máx: 6,57)	4,33	45º	4,92	32º	5,03	26º	CAMPOFRÍO LIBRESERVICIO, CAMPOFRÍO MOSTRADOR (6,57)
ALCAMPO (Mín: 3,06 Máx: 8,98)	3,98	56º	3,98	55º	3,91	57º	CAMPOFRÍO MOSTRADOR (8,98)

AECOC BENCHMARKING

En el informe se muestra la valoración agregada y por bloque de cada distribuidor a nivel **Central y Tienda** para el **contratante y sus 2 comparativas**.

Resultados central por bloque y distribuidor



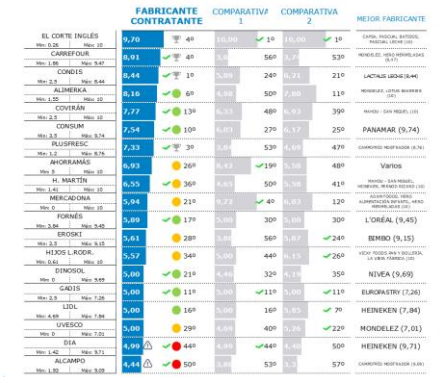
En el informe se muestra el **ranking abierto** a nivel **Central y Tienda.** Cada bloque analizado incluye: **ranking**, **valoraciones** por **cuestión** y por **distribuidor,** junto con los **verbatims cualitativos.**

En el informe se muestra la valoración del **fabricante y sus 2 comparativas** para cada ítem analizado a nivel **Central y Tienda.**

AECOC BENCHMARKING

Desarrollo de mercado

Valoraciones por **distribuidor**



	FABRICANTE CONTRATANTE		COMPARATIVA 1		COMPARATIVA 2		MEJOR FABRICANTE
EL CORTE INGLÉS	9,70	4º	10,00	1º	10,00	1º	
CARREFOUR	8,91	4º	7,37	56º	7,37	53º	
CONDIS	8,44	1º	5,89	24º	6,21	21º	
ALIMERKA	8,16	6º	6,60	50º	7,80	11º	
COVIRÁN	7,77	13º	6,33	48º	6,93	39º	
CONSUM	7,54	10º	6,03	27º	6,17	25º	PANAMAR (9,74)
PLUSFRESC	7,33	3º	5,28	53º	6,65	47º	
AHORRAMÁS	6,93	26º	6,47	19º	5,58	48º	Varios
H. MARTÍN	6,55	36º	4,65	50º	5,58	41º	
MERCADONA	5,94	21º	6,22	4º	6,83	12º	
FORNÉS	5,89	17º	5,89	30º	5,89	30º	L'ORÉAL (9,45)
EROSKI	5,61	28º	5,00	56º	5,87	24º	BIMBO (9,15)
HIJOS L.RODR.	5,57	34º	5,00	44º	6,15	26º	
DINOSOL	5,00	21º	4,46	32º	4,71	35º	NIVEA (9,69)
GADIS	5,00	11º	5,00	11º	5,00	11º	EUROPASTRY (7,26)
LIDL	5,00	16º	5,00	16º	5,85	7º	HEINEKEN (7,84)
UVESCO	5,00	29º	4,89	40º	5,26	22º	MONDELEZ (7,01)
DIA	4,99	44º	4,99	44º	4,99	50º	HEINEKEN (9,71)
ALCAMPO	4,44	50º	5,00	53º	5,13	57º	

Media agregada de todos los distribuidores
Mejor valoración del Benchmarking
Valoración por debajo del

AECOC BENCHMARKING

En el informe se muestra la valoración de cada **distribuidor por bloque** junto con los verbatims extraídos de las **entrevistas personales** con los compradores de la categoría (solo Central).

Desarrollo de mercado

verbatims por **distribuidor**

Distrib	Verbatim
Distribuidor	Es un mercado convulso y que no funciona del todo bien. Necesitamos mucha visibilidad de lo que pasa fuera de nuestra enseña a nivel mercado y ellos no nos han dado ningún dato.
Distribuidor	Este año ha habido cierto conflicto. La negociación con ellos es a través de nuestra central de compras internacional y ha sido difícil cerrar la plantilla y esto acaba afectando al negocio.
Distribuidor	Aportan mucha información de mercado y nos dan apoyo 100%. Hacemos reuniones periódicas tanto con ventas como con trade. Nos cuentan cómo funciona la categoría a nivel nacional y regional.
Distribuidor	Presenta información de mercado, son proactivos y colaboradores.
Distribuidor	Comparte datos de mercado, trabajamos bien, siempre están reportando información actualizada.
Distribuidor	El mejor proveedor en cuanto a compartir información de mercado. Destaca por encima de sus competidores. Es un player muy importante en nuestra zona.
Distribuidor	Teníamos una relación más complicada en un pasado, pero realmente el interlocutor lo destacamos en positivo y lo está poniendo todo para mejorar.
Distribuidor	Es muy proactivo en cuanto promociones. Nos hace sugerencias para mejorar el negocio. No se limitan a su porfolio, están abiertos a hacer distintas acciones. Al no ser líderes en nuestra área quieren empujar el negocio. Es una empresa muy grande y conocedora del mercado.
Distribuidor	En cuanto a desarrollo de mercado es el proveedor más relevante. Su marca es la que tiene mayor peso en la zona. Es con quien más cercanía tenemos, el nivel de colaboración es máximo. Comparten datos y analizan muy bien el mercado. Analizamos conjuntamente la competencia. Ellos son quienes mueven la categoría.
Distribuidor	El proveedor más fuerte de la categoría. Comparte datos de mercado. Están trabajando para ganar cuota.
Distribuidor	Tiene margen de mejora en cuanto a compartir datos, siempre ha estado un poco peor valorado que sus competidores en muchos ítems excepto en promoción e innovación. En el resto de los puntos están algo por detrás.

AECOC BENCHMARKING

Resumen y conclusiones

Comparativa por bloque y distribuidor

LEYENDA:
- TOP 5
- Nivel Alto
- Nivel Medio
- Nivel Bajo
- No valorado

Matriz que muestra en qué **nivel del ranking** está el fabricante contratante para cada **bloque y distribuidor**.

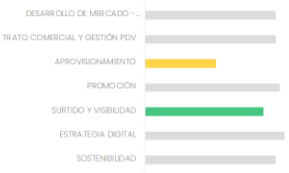
AECOC BENCHMARKING

Conclusiones para el fabricante - Central

POSICIÓN GENERAL

4/60

BLOQUES DEL ESTUDIO



POSICIÓN POR RETAILER

AHORRAMÁS	DIA	HIJOS DE LUIS RODRIGUEZ
ALCAMPO	DINOSOL	LIDL
ALIMERKA	EL CORTE INGLÉS	MERCADONA
CARREFOUR	EROSKI	PLUSFRESC
CONDIS	FORNÉS	UVESCO
CONSUM	GADIS	
COVIRÁN	H. MARTÍN	

CUESTIONES DEL ESTUDIO

Preguntas mejor valoradas para el fabricante

- La relación comercial es buena y accesible
- Nos apoya para competir y diferenciarnos de otras enseñas
- El interlocutor comercial tiene autoridad para la toma de decisiones

Preguntas peor valoradas para el fabricante

- Es proactivo a la hora de proponer bajas ofreciendo algún producto sustitutivo
- Tiene un buen sistema de anticipación y planificación de la demanda
- La rentabilidad del proveedor está ajustada a la rentabilidad de la categoría

AECOC BENCHMARKING

Slide con los **indicadores clave** del fabricante, se muestra para **Central y Tienda**.

"Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o todos los elementos del informe.

© AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC."

Ronda General Mitre 10, 08017 Barcelona
T. 932 523 900
www.aecoc.es