

# PANORAMA RETAIL

25  
años

ABIERTA LA  
CONVOCATORIA

CLF  
2025

*Expertos en Retail & Category Management*

CATMAN  
LATIN FORUM  
2024



**YOAN MONTOLIO**

Yucca Retail



**IVÁN FRANCO**

Triplethree International

**Planogramación Semi-automatizada:  
cómo convertir millones de datos del  
retail en oportunidades estratégicas**



## STAFF



**Frédéric Gautier**  
CEO de ILACAD World Retail



**Daiana Coronel**  
Journalist & Retail Analyst

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## *Nota principal*

- 03** Planogramación Semi-automatizada: cómo convertir millones de datos del retail en oportunidades estratégicas

## *Retail & Catman News*

- 06** Las últimas noticias de retail & Catman

¡Sé parte de los más de 4,000 ejecutivos que ha participado en esta Certificación!



**CERTIFICADO  
CATEGORY  
MANAGEMENT**



# PLANOGRAMACIÓN SEMI-AUTOMATIZADA: CÓMO CONVERTIR MILLONES DE DATOS DEL RETAIL EN OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS



**YOAN MONTOLIO**  
*Fundador y CEO de Yucca Retail*



**IVÁN FRANCO**  
*fundador y director de Triplethree International*

En el marco del CATMAN Latin Forum 2024, Iván Franco, fundador y director de Triplethree International, y Yoan Montolio, fundador y CEO de Yucca Retail, ofrecieron una magistral ponencia titulada "Planogramación Semi-automatizada: El Futuro del Category Management". Con un enfoque innovador, ambos expertos analizaron cómo la inteligencia artificial está redefiniendo la forma de gestionar categorías y tomar decisiones estratégicas en el retail.

## **De los datos a la acción: el papel de la inteligencia artificial**

Iván Franco destacó la importancia de diferenciar entre algoritmos y modelos, subrayando que estos últimos integran datos reales para crear soluciones específicas. Según Franco, el análisis de datos en el retail ya no es opcional: "El retail genera millones de datos diariamente; no aprovecharlos es desperdiciar una oportunidad estratégica".

---

El reto, explicó, radica en transformar el volumen masivo de datos de diversas fuentes (como ventas, redes sociales e e-commerce) en respuestas claras a preguntas de negocio. Por ejemplo, identificar cómo aumentar un 5% las ventas de una categoría o mejorar la rotación de productos en góndolas. Aquí entra en juego la inteligencia artificial, que automatiza tareas repetitivas, reduce tiempos y facilita el análisis predictivo, aunque el conocimiento humano sigue siendo esencial para orientar estas herramientas hacia objetivos estratégicos.

### **Proyección vs. análisis histórico**

Montolio complementó la visión de Franco al enfatizar la necesidad de trabajar con datos proyectados en lugar de históricos. Según él, muchos errores comunes en el retail provienen de basar las decisiones únicamente en datos pasados. “Cuando hacemos nuestras propuestas de surtido y planograma basándonos en datos históricos, estamos recreando el pasado, no construyendo el futuro”, afirmó.

La inteligencia artificial, cuando se utiliza correctamente, permite prever demandas futuras, ajustar surtidos de manera estratégica y monitorear la ejecución de los planes en tiempo real. Montolio detalló un proceso integral que incluye el uso de herramientas como OpenCatman para planogramación, auditorías digitales y correlación entre datos de ejecución y desempeño, lo que crea un ciclo continuo de mejora.

### **Planogramación semi-automatizada: hacia el retail perfecto**

Uno de los puntos centrales de la ponencia fue la planogramación semi-automatizada, un enfoque que combina la capacidad analítica de la inteligencia


artificial con la intervención humana estratégica. Montolio explicó cómo este método no solo optimiza el diseño de los estantes, sino que también mejora la ejecución y monitoreo en tienda, alineando tácticas con objetivos comerciales.

### **Cerrando la brecha en América Latina**

Franco concluyó con una reflexión importante: aunque la tecnología ya está disponible, su adopción en América Latina sigue siendo limitada. “Es sorprendente cómo el conocimiento sobre inteligencia artificial y modelos predictivos aún no se utiliza ampliamente en la región. Estamos perdiendo competitividad”, advirtió.

### **Invitación al CATMAN Latin Forum 2025**

La presentación de Franco y Montolio dejó claro que el futuro del retail pasa por la integración estratégica de la inteligencia artificial en el Category Management. Si deseas profundizar en estas ideas y descubrir cómo aplicar estas herramientas en tu negocio, adquiere el replay de la ponencia. Además, el CATMAN Latin Forum 2025 ya está recibiendo postulaciones de casos destacados de Category Management.

 Postula tu caso en [www.catmanlatinforum.com](http://www.catmanlatinforum.com) y sé parte de la transformación del retail.

**[¡POSTULA TU CASO DE CATEGORY MANAGEMENT PARA EL CATMAN LATIN FORUM 2025!](#)**



ORGANIZAN



PRESENTA TU CASO EN EL

**CATMAN**  
L A T I N F O R U M

**2025**

INSPIRA AL SECTOR CON TU ÉXITO  
EN **CATEGORY MANAGEMENT**

Postúlate ahora en:

[WWW.CATMANLATINFORUM.COM](http://WWW.CATMANLATINFORUM.COM)

# RETAIL & CATMAN News



## Walmart inicia el 2025 con un rediseño de su marca para reflejar su evolución hacia la omnicanalidad

Walmart ha anunciado una renovación integral de su identidad de marca que combina su legado histórico con su transformación como líder minorista global. Este cambio busca representar mejor su compromiso con los clientes en un mundo cada vez más digital, sin perder de vista sus raíces en Bentonville, Arkansas, donde Sam Walton fundó la empresa en 1951.

El rediseño de la marca de Walmart responde a la necesidad de reflejar el crecimiento de la compañía, que ha pasado de ser un destino de compras accesibles a un ecosistema omnicanal que ofrece desde precios asequibles hasta servicios digitales y de salud.

## Grupo Éxito destina casi 100 millones de dólares en inversión para 2025 en Colombia

Grupo Éxito ha anunciado una inversión cercana a los 100 millones de dólares para 2025, con el fin de impulsar su operación en Colombia. Los recursos se destinarán a una variedad de iniciativas en áreas como tecnología, logística, remodelaciones de tiendas, y proyectos sociales. A pesar de los desafíos económicos que enfrenta la región, la empresa sigue apostando por su capacidad de adaptación y resiliencia, y por su liderazgo en el retail colombiano.



"La única herramienta en el mundo que le permite a tu equipo acceder a más de 30 sesiones de trabajo de las principales Cadenas del Retail en México".

# SHOPPER MEMBERSHIP 3.0



## 2025



!!! Conoce todos los beneficios y sé parte de esta membresía única en el mundo!!!



### **OXXO se alía con Nu México para ampliar servicios financieros en todo el país**

A partir del 14 de enero, las más de 22000 tiendas OXXO en México habilitarán un nuevo servicio de retiro de efectivo para los usuarios de Nu México, como parte de una alianza estratégica entre ambas empresas. Este acuerdo busca fortalecer la inclusión financiera en un país donde el uso del efectivo sigue siendo predominante y muchas regiones aún carecen de acceso a servicios bancarios tradicionales.

La colaboración, posible gracias a la infraestructura de Arcus by Mastercard, facilitará a millones de mexicanos disponer de efectivo en la red de tiendas OXXO. Además, durante 2025 se implementarán servicios adicionales, como depósitos y pagos de cuentas, ampliando la oferta financiera en ubicaciones accesibles y confiables.



### **Carrefour impulsa su expansión con la adquisición de 92 franquicias del Grupo Casino**

Carrefour ha cerrado un acuerdo con el grupo Puig & Fils para incorporar 92 tiendas a su red bajo las marcas Carrefour City, Carrefour Express y Proxi. Estas tiendas, que antes operaban como franquicias del Grupo Casino bajo las enseñas Casino, Vival y Spar, se encuentran en la región de Occitania y representaban una parte significativa de la red franquiciada de Puig. La operación, valorada en 70 millones de euros, marca un paso estratégico para consolidar la presencia de Carrefour en el suroeste de Francia.

En paralelo a esta expansión, Carrefour anunció la próxima transferencia de 39 establecimientos en Francia bajo el modelo de arrendamiento.



### **Carrefour y Uber Eats lanzan entregas rápidas en menos de 30 minutos**

Carrefour y Uber Eats han unido fuerzas para ofrecer un nuevo servicio de entregas rápidas, permitiendo a los clientes recibir productos en menos de 30 minutos, y con precios equivalentes a los de las tiendas físicas. Este movimiento refuerza la apuesta de ambas compañías por atender las demandas de consumidores que buscan rapidez y conveniencia en sus compras diarias.

La asociación combina la extensa red de tiendas de Carrefour con la infraestructura logística y la base de usuarios de Uber Eats. Esta colaboración permite a Carrefour optimizar su alcance sin necesidad de implementar nuevas estructuras de distribución, mientras que Uber Eats amplía su portafolio de servicios más allá de la entrega de comida preparada.

# CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU  
CUENTA EN

[www.opencatman.com](http://www.opencatman.com)

E INGRESA AL CATEGORY  
MANAGEMENT INTERACTIVO

**OPEN**Catman  
Interactive Category Management





## Estas son las innovaciones clave en retail media de Walmart Connect para 2025

Walmart Connect, la unidad de retail media de la cadena minorista estadounidense, comienza 2025 con una serie de innovaciones que refuerzan su posicionamiento en el mercado de la publicidad digital y en el punto de venta. Desde su lanzamiento en México y Centroamérica en agosto de 2023, Walmart Connect ha logrado integrar datos y tecnologías avanzadas para ofrecer soluciones publicitarias que vinculan a las marcas con los consumidores en múltiples canales.

Al cierre del tercer trimestre de 2024, Walmart Connect reportó un crecimiento del 27% en ingresos y un incremento del 26% en campañas publicitarias, lo que refleja la efectividad de su enfoque en la escalabilidad y la personalización de las estrategias de marketing. Estos resultados subrayan el compromiso de la compañía por adaptar su plataforma omnicanal a las necesidades de las marcas y por continuar impulsando la expansión de sus servicios de retail media.



## Spin by OXXO se alía con Western Union para fortalecer los servicios de remesas en México

Spin by OXXO, la plataforma financiera del gigante minorista mexicano, ha integrado los servicios de Western Union, la red de transferencias internacionales más grande de la región, para permitir que sus usuarios reciban fondos del extranjero directamente en sus cuentas. Este desarrollo refuerza la propuesta de valor de Spin by OXXO y su compromiso con la inclusión financiera en México, un país donde las remesas son fundamentales para la economía familiar.

Los usuarios de Spin by OXXO podrán recibir hasta 900 dólares por transacción, con un límite mensual de 3000 dólares. Los fondos se reflejarán en pesos mexicanos, y los clientes podrán utilizarlos para realizar transferencias, pagar servicios, comprar tiempo aire o retirarlos en cualquiera de las 23000 tiendas OXXO del país, ya sea con tarjeta o mediante un código QR.



## Federico Charneca de Rappi: "Código, el próximo partido para Category Management"

En el marco del CATMAN Latin Forum 2024, Federico Charneca, Regional General Manager Río de la Plata en Rappi Uruguay, ofreció una ponencia titulada "Código, el próximo partido para Category Management", en la que exploró los desafíos y oportunidades del sector en una era definida por la transformación digital, la inteligencia artificial y la agilidad empresarial. Con una experiencia previa de seis años transformando el negocio del retailer uruguayo Tata, Charneca compartió su visión sobre cómo navegar este entorno cambiante y aprovechar la tecnología para liderar el mercado.

Charneca comenzó su charla señalando el contraste entre el pasado y el presente del retail. Habló de cómo las revisiones de categoría, que antes se realizaban una vez al año, se han vuelto procesos constantes debido al aumento exponencial de lanzamientos de productos.