

PANORAMA

25 años

RETAIL

ABIERTA LA CONVOCATORIA

CLF
2025



Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
L A T I N F O R U M

2024



JULIO AUGUSTO MELLO GOMES

Partner en The Partnering Group

Brasil vs. EE. UU.: Las 5 principales brechas en Category Management y cómo cerrarlas



STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 03** Brasil vs. EE. UU.: Las 5 principales brechas en Category Management y cómo cerrarlas

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**



¡NUEVA FECHA!

Bloque I: 31 MARZO, 1 y 2 de ABRIL
Bloque II: 14, 15 y 16 de ABRIL

Live Master Training
impartido por:
FRÉDÉRIC GAUTIER



BRASIL VS. EE. UU.: LAS 5 PRINCIPALES BRECHAS EN CATEGORY MANAGEMENT Y CÓMO CERRARLAS

La presentación de Julio Augusto Mello Gomes, Partner en The Partnering Group, ofreció un análisis revelador sobre el estado actual y futuro del Category Management, comparando las perspectivas de Estados Unidos y Brasil, y destacando la colaboración y tecnología como ejes clave.



JULIO AUGUSTO MELLO GOMES
Partner en The Partnering Group

Durante el último CATMAN Latin Forum, Julio Augusto Mello Gomes, Partner en The Partnering Group, una figura con más de 30 años de experiencia en el mundo del comercio minorista, compartió los resultados de un estudio comparativo sobre el futuro del Category Management en Estados Unidos y Brasil. Su charla destacó las diferencias, oportunidades y desafíos que enfrentan ambas regiones en este campo, marcado por la tecnología y el análisis de datos.

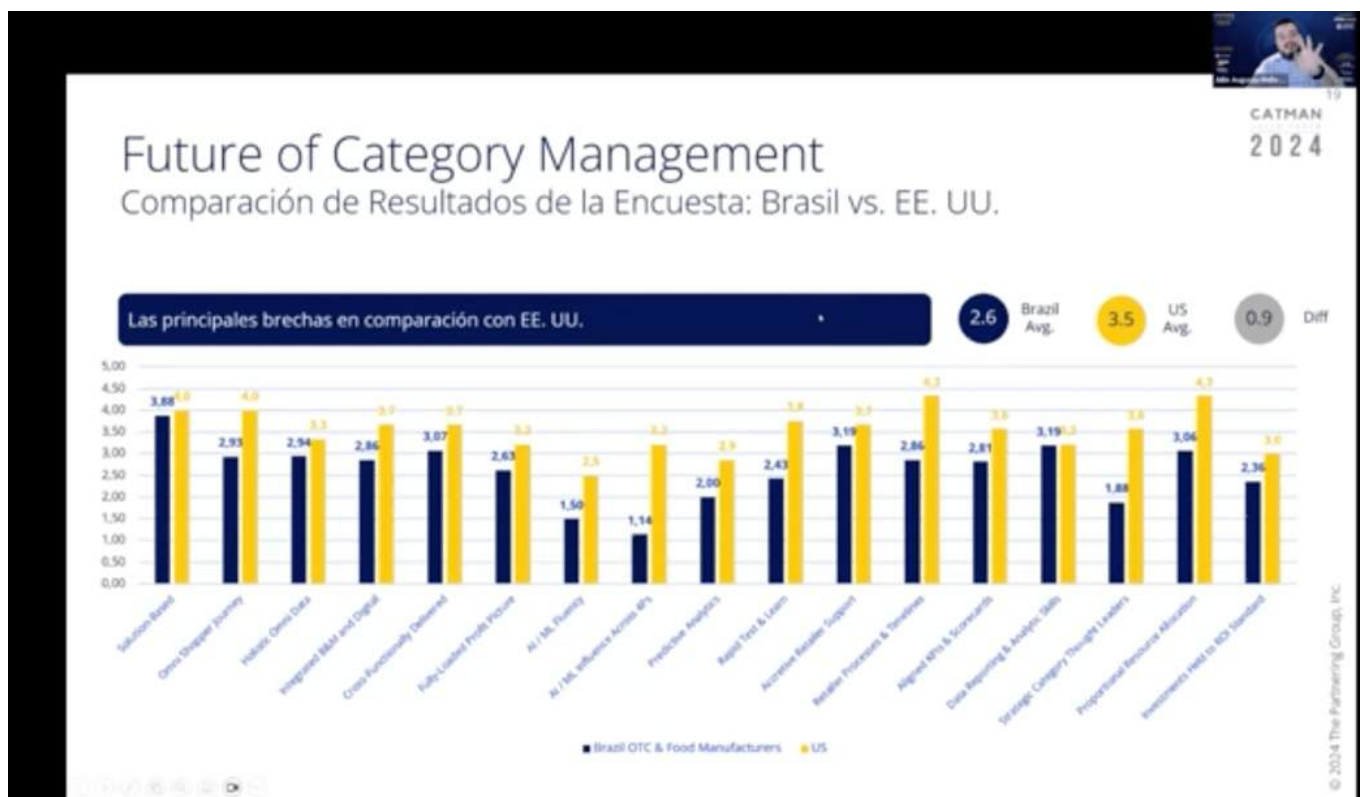
La evolución del Category Management

Julio destacó cómo, en sus inicios, el Category Management se centraba en la agrupación de productos para reflejar el comportamiento de los consumidores. Hoy, esta práctica ha evolucionado hacia una gestión estratégica que conecta áreas como ventas, marketing y trade marketing, priorizando el entendimiento profundo del shopper y la creación de valor incremental tanto para proveedores como para retailers.

Según Julio, en los mercados más maduros, el Category Management ya no es solo una herramienta de gestión, sino una ventaja competitiva que permite anticipar cambios, liderar categorías y desarrollar estrategias omnicanales que optimicen precios, surtido y promociones.

Resultados del estudio comparativo

La encuesta realizada por The Partnering Group reveló diferencias significativas entre las prácticas de Category Management en Brasil y Estados Unidos.



Mientras que los profesionales estadounidenses se destacan por su estructura y rigor en procesos, Brasil presenta importantes áreas de mejora:

Insights clave y el camino hacia el futuro

Julio subrayó cinco impulsores esenciales para avanzar en el Category Management:

- **Omnicanalidad:** En Brasil, el retail todavía tiende a separar los canales físicos y digitales, a diferencia de Estados Unidos, donde los equipos trabajan de manera más integrada para ofrecer una experiencia uniforme al shopper.
- **Fluidez en inteligencia artificial (IA):** Aunque Brasil muestra entusiasmo por la IA, aún carece de habilidades técnicas para implementarla eficazmente en el análisis y la estrategia de Category Management.
- **Liderazgo estratégico de categorías:** Mientras en Estados Unidos es común que las empresas tengan una visión clara del futuro de las categorías, en Brasil esta práctica está en sus primeras etapas.

1. **Foco en el shopper:** Diseñar soluciones que atiendan las necesidades reales del consumidor.
2. **Experiencia omnicanal:** Integrar todos los puntos de contacto para garantizar consistencia.
3. **Colaboración multifuncional:** Alinear indicadores clave (KPIs) entre departamentos y socios comerciales.
4. **Visión de categoría:** Desarrollar planes estratégicos que anticipen tendencias y cambios de comportamiento.
5. **Tecnología y analítica:** Usar IA y machine learning para agilizar procesos y decisiones.

Para Julio, el futuro del Category Management es ágil, predictivo, integrado y colaborativo. Sin embargo, alcanzar este nivel en Latinoamérica requerirá superar desafíos estructurales y culturales, además de fortalecer habilidades analíticas en los equipos comerciales.

Un llamado a la acción

Julio concluyó con un mensaje alentador: el futuro del Category Management es ahora, y los profesionales en la región tienen una oportunidad única para dar saltos cualitativos mediante la adopción de nuevas prácticas y tecnologías. Invitó a los asistentes a reflexionar sobre el estado actual de sus estrategias y a trabajar en equipo para construir una visión más sólida y colaborativa.

Descubre más sobre los resultados y recomendaciones de Julio Augusto Mello Gomes adquiriendo el replay completo de su ponencia en el CATMAN Latin Forum 2024. Además, ya están abiertas las inscripciones para postular tus casos de éxito e innovación en el CATMAN Latin Forum 2025.

¡No te quedes fuera! Insíbete en www.catmanlatinforum.com

**¡POSTULA TU CASO DE CATEGORY
MANAGEMENT PARA EL
CATMAN LATIN FORUM 2025!**



ORGANIZAN

OPENCatman
INNOVATIVE CATEGORY MANAGEMENT

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

RETAIL & CATMAN News



Grupo Calleja acelera expansión en Uruguay: nuevas tiendas, remodelaciones y proyectos inmobiliarios

Grupo Calleja, la firma salvadoreña que en 2024 se convirtió en accionista mayoritaria de Grupo Disco Uruguay (GDU), ha definido un ambicioso plan de expansión en el país. En los próximos dos años, la compañía invertirá US\$ 35 millones en la apertura de dos nuevas tiendas en el interior y la remodelación de cinco establecimientos existentes.

Carlos Calleja, presidente ejecutivo del grupo, destacó la relevancia de Uruguay dentro de la estrategia corporativa. "GDU es una joya en el sector retail, con una operación innovadora y eficiente. Nuestro compromiso es seguir invirtiendo en el país y aportar a su desarrollo económico y social", señaló el ejecutivo.

Cencosud entra al negocio mayorista en Argentina con la compra de Makro y Basualdo

Cencosud ha concretado su ingreso al segmento mayorista en Argentina con la compra del 100% de Supermercados Mayoristas Makro S.A. y Roberto Basualdo S.A., en una operación valorada en 122,5 millones de dólares. La transacción, financiada con recursos propios, le permite a la compañía fortalecer su presencia en el país y generar nuevas sinergias con sus negocios actuales.



"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!!!





Auchan apuesta por las tiendas sin empleados para operar los domingos en Francia

El sector del retail alimentario no es ajeno a los avances en autoservicio, pero Auchan ha decidido ir un paso más allá al inaugurar supermercados sin empleados para garantizar la apertura los domingos. La medida, que busca ampliar la disponibilidad de sus tiendas sin incrementar la carga laboral de su personal, ya ha sido implementada en tres establecimientos en la región de Valenciennes, al norte de Francia.

Los supermercados en Aulnoye-Aymeries, Saint-Saulve y Orchies ahora funcionan los domingos hasta las 20:30 horas sin personal de tienda. En su lugar, los clientes encuentran un guardia de seguridad y un sistema de asistencia remota a través de una centralita para resolver dudas.



Amazon reporta su mayor velocidad de entregas en 2024

Amazon ha destacado avances en su servicio Prime, asegurando que en 2024 alcanzó su velocidad de entrega más rápida hasta la fecha. Según datos compartidos por la compañía, más de 9 mil millones de artículos fueron entregados el mismo día o al día siguiente a nivel global. Además, estima que sus suscriptores en Estados Unidos ahorraron en promedio más de 500 dólares en costos de envío durante el año.

Para alcanzar estos resultados, Amazon ha expandido su red logística, incrementando en más de 60 % sus centros de distribución de entrega en el mismo día en EE. UU., donde ya cubre 140 áreas metropolitanas. Esto ha permitido un aumento en la frecuencia de compras: en promedio, cada miembro de Prime en EE.UU. realizó casi 100 pedidos en 2024, lo que equivale a cerca de dos compras por semana.



Carrefour pone fin definitivo a los folletos en papel

Carrefour ha anunciado el fin definitivo de sus folletos en papel, una medida alineada con su estrategia de sostenibilidad y digitalización. A partir del próximo 31 de marzo, la compañía dejará de distribuir catálogos físicos y trasladará toda su comunicación promocional al ámbito digital.

El presidente y consejero delegado de Carrefour, Alexandre Bompard, confirmó esta decisión, destacando su impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la estructura de costos de la empresa. "Desde 2022 digitalizamos todos nuestros catálogos en nuestra web, en la aplicación Carrefour, por correo electrónico y WhatsApp. Esto supone evitar 15.000 toneladas de papel al año y un ahorro que ahora se reinvierte en mejores precios para nuestros clientes", explicó Bompard.

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Grupo Calleja apuesta por la exportación de productos uruguayos a América Latina

El Grupo Calleja, accionista mayoritario de Grupo Disco Uruguay (GDU), ha identificado una nueva oportunidad de expansión a través de la exportación de productos uruguayos a otros mercados de América Latina. La compañía está explorando la posibilidad de llevar carne, cerveza y otros productos de alta calidad a sus operaciones en Colombia y El Salvador.

Uno de los focos principales de este plan es la exportación de carne uruguaya a Colombia y El Salvador, mercados donde el grupo ya tiene una fuerte presencia con Grupo Éxito y Super Selectos, respectivamente. “Desde Uruguay podemos exportar carne perfectamente a estos países. Conocemos la calidad, los cortes y lo que les gusta a los consumidores en nuestros mercados”, explicó Carlos Calleja, presidente ejecutivo del grupo.



Walmart refuerza su presencia en Nicaragua con la apertura de Maxi Palí Sébaco

Walmart Nicaragua inicia el 2025 con un firme compromiso de expansión en el país. La compañía ha inaugurado su nueva tienda Maxi Palí Sébaco, en el departamento de Matagalpa, tras una inversión de 5.7 millones de dólares. Esta apertura no solo fortalece su red de tiendas en Nicaragua, sino que también contribuye al desarrollo local mediante la generación de empleo y el impulso al comercio minorista.

Ubicada estratégicamente 1.3 kilómetros al norte del puente de ingreso a Sébaco, en la carretera hacia Matagalpa, la nueva tienda se suma a la propuesta de Walmart de acercar productos de calidad a precios accesibles para mejorar la calidad de vida de las familias nicaragüenses.



ExGrupo Éxito impulsa su plan inmobiliario en Uruguay con desarrollos comerciales y residenciales

El Grupo Calleja, conglomerado salvadoreño y accionista mayoritario de Grupo Disco Uruguay (GDU), ha puesto en marcha un ambicioso plan inmobiliario en el país. La compañía analiza desarrollar un centro comercial en Durazno y un proyecto de uso mixto en la zona del Parque Roosevelt, donde ya opera su hipermercado Géant.

Uno de los principales proyectos en evaluación es la construcción de un "strip mall" en Durazno. Este modelo de centro comercial incluiría un estacionamiento frontal y varios locales comerciales, con una tienda Fresh Market como ancla principal. “Ya hay un grupo interesado en desarrollar este proyecto con nosotros”, adelantó Carlos Calleja, presidente ejecutivo del grupo, quien busca socios estratégicos para acelerar la expansión en el interior del país.