

PANORAMA RETAIL

25 años

ABIERTA LA
CONVOCATORIA

CLF
2025



Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
LATIN FORUM

2024

KEVIN LÓPEZ

AUTOZONE MÉXICO



CASO DE ÉXITO:

Así es como la optimización del espacio en tiendas logró un crecimiento del 30% en ventas



STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

03 Cómo la optimización del espacio en tiendas logró un crecimiento del 30 % en ventas

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



CÓMO LA OPTIMIZACIÓN DEL ESPACIO EN TIENDAS LOGRÓ UN CRECIMIENTO DEL 30% EN VENTAS

Kevin López, experto en visual merchandising y category management en AutoZone México, compartió en el CATMAN Latin Forum 2024 un caso de éxito en el que la reestructuración del layout de tienda y una estrategia eficiente de administración del espacio impulsaron un crecimiento de hasta un 30% en ventas.



KEVIN LÓPEZ
AUTOZONE MÉXICO

Durante su ponencia en el CATMAN Latin Forum 2024, Kevin López, actual Visual Merchandising en AutoZone México, compartió su experiencia en la gestión del espacio dentro del retail. Con un amplio recorrido en distintos formatos comerciales, desde consumo masivo en Chedraui hasta el canal especializado en Home Depot, López abordó la importancia del space planning para transformar la distribución física en una ventaja competitiva y presentó un claro caso de éxito.

El experto relató cómo, al analizar el desempeño de distintas tiendas, identificaron que las sucursales de menor tamaño tenían un rendimiento inferior en comparación con las grandes. Sin embargo, en lugar de aceptar esto como una limitante, aplicaron un enfoque basado en datos y colaboración entre equipos de Space Planning y Category Management para rediseñar la disposición de productos y optimizar el aprovechamiento del espacio.

El proceso incluyó:

- ✓ **Mapeo del desempeño por metro cuadrado:** identificación de zonas de alta y baja rentabilidad.
- ✓ **Redistribución estratégica de categorías:** reubicación de surtidos para mejorar la accesibilidad y visibilidad.
- ✓ **Ajuste del inventario según la demanda real:** reducción del stock de productos con menor rotación y ampliación de espacio para los más vendidos.

El resultado fue contundente: después de aplicar estos cambios, las tiendas pequeñas que antes experimentaban caídas en ventas lograron un crecimiento del 30% y una mejora significativa en la rotación de inventario.



ORGANIZAN



PRESENTA TU CASO EN EL

CATMAN
LATIN FORUM**2025**INSPIRA AL SECTOR CON TU ÉXITO
EN **CATEGORY MANAGEMENT**

Postúlate ahora en:

WWW.CATMANLATINFORUM.COM

El aprendizaje clave de este proceso fue que no todas las tiendas deben replicar el modelo de las tiendas grandes. Es fundamental adaptar el layout a las necesidades específicas de cada formato, apoyándose en data precisa y en un trabajo conjunto con el equipo de Category Management.

López destacó que el espacio en tienda es un recurso limitado y que su correcta administración es tan vital como la selección del surtido. La colaboración entre Category Management y Visual Merchandising permite asignar el espacio adecuado a cada categoría, optimizando inventarios y maximizando las ventas, como en el caso presentado.

Para lograrlo, se utilizan KPIs clave como la venta por metro cuadrado, el rendimiento de la categoría y la conversión de clientes. A partir de estos indicadores, es posible identificar zonas de alto y bajo rendimiento

en la tienda y tomar decisiones fundamentadas sobre distribución y exhibición de productos.

López enfatizó que los retailers deben estar en constante adaptación a las preferencias del cliente, balanceando eficiencia operativa con experiencia de compra. También recomendó iniciar con pruebas piloto antes de implementar cambios a gran escala y fomentar la colaboración entre equipos para asegurar una ejecución efectiva de la estrategia de espacios.

Si quieres conocer más sobre este caso de éxito y las estrategias clave para optimizar el rendimiento de las tiendas, puedes acceder al replay completo de la ponencia.

Además, el CATMAN Latin Forum 2025 ya está recibiendo postulaciones de casos innovadores en Category Management. [¡Inscríbete y comparte tu experiencia con la comunidad!](#)

RETAIL & CATMAN News



Cencosud Brasil acuerda la venta de 54 supermercados Bretas en Minas Gerais

Cencosud S.A., a través de su filial en Brasil, firmó un acuerdo para la venta de su operación en el estado de Minas Gerais, que actualmente opera bajo la marca Bretas. La transacción incluye 54 supermercados, 8 estaciones de servicio, un centro de distribución y otros activos relacionados.

El acuerdo fue suscrito con Supermercados BH Comércio de Alimentos S.A. por un monto de R\$ 716 millones (aproximadamente 123 millones de dólares), sujeto a ajustes en función del capital de trabajo neto y otras condiciones contractuales. La operación aún requiere la aprobación del Consejo Administrativo de Defensa Económica (CADE) de Brasil, entidad reguladora de la competencia, así como el cumplimiento de requisitos habituales en este tipo de transacciones.

Ante cambios en hábitos de consumo, Dia incrementa un 17 % su inversión en promociones para 2025

La cadena de supermercados Dia ha anunciado un incremento de su inversión en promociones hasta los 175 millones de euros en 2025, lo que supone un aumento del 17 % respecto al año anterior. La medida incluye descuentos semanales de hasta el 40 % en más de 200 productos y ventajas exclusivas para los socios del Club Dia.



"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!!!





Walmex anunció que apelará la sanción de la COFECE por prácticas monopólicas

Walmart informó que la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) notificó a su principal subsidiaria operativa en México sobre la resolución de un procedimiento en su contra. Según el organismo regulador, Walmex incurrió en una práctica monopólica relativa en relación con las contribuciones negociadas con sus proveedores. Como resultado, COFECE impuso una multa de MX\$93,366,000 (aproximadamente menos de US\$5 millones).

La resolución de COFECE permite que Walmex continúe negociando contribuciones con sus proveedores, pero limita la aplicación de dos de las cuatro contribuciones originalmente investigadas. La comisión determinó que la empresa debe implementar medidas para restringir la aplicación de estas contribuciones, aunque Walmex sostiene que estas prácticas son comunes en el mercado y generan beneficios para los consumidores.

Grupo Éxito amplía la presencia de sus marcas en Valle del Cauca con reconversión de almacenes

Grupo Éxito anunció la reconversión de seis almacenes en Valle del Cauca bajo las marcas Éxito y Carulla, como parte de su estrategia de expansión en la región. La inversión destinada para este proceso supera los \$10.700 millones de pesos, abarcando más de 7.000 metros cuadrados de renovación.

Los almacenes reconvertidos incluyen Carulla La María, Carulla Guadalupe, Carulla Pasoancho y Éxito Meléndez en Cali, Éxito Acopi en Yumbo y Éxito Carrera 10 en Jamundí. Estos establecimientos mantendrán elementos característicos de la marca Super Inter, como su oferta en carnes y frutas, y sumarán el portafolio y estrategias comerciales de Éxito y Carulla.

Walmart amplía su servicio de entrega de medicamentos en EE. UU. con cobertura en 49 estados

Walmart ha anunciado la expansión de su servicio de entrega de medicamentos en el mismo día, alcanzando a cientos de millones de clientes en 49 estados de EE. UU. Esta iniciativa refuerza su estrategia de integración entre farmacia, comercio minorista y supermercado en una sola orden en línea, combinando tecnología avanzada y una red nacional de distribución.

La compañía comenzó a implementar el servicio en seis estados en octubre y ahora lo extiende a casi todo el país. El programa está respaldado por más de 15.000 farmacéuticos y utiliza inteligencia artificial, plataformas en la nube y tecnología geoespacial para optimizar el proceso de entrega.

Walmart ha identificado que la conveniencia es un factor clave en la elección de una farmacia por parte de los consumidores.

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Argentina: Mastellone Hnos amplía su línea de bebidas con el nuevo Bebible Durazno

Mastellone Hnos. anunció el lanzamiento de Bebible Durazno, una nueva bebida láctea que combina leche con sabor a durazno. La presentación de este producto responde a la demanda de opciones prácticas y refrescantes para el consumo familiar, especialmente durante la temporada de altas temperaturas.

La nueva Bebible Durazno se comercializa en un formato de sachet de 900 mililitros, ofreciendo practicidad para su consumo en cualquier momento del día. Además, cuenta con una fórmula mejorada libre de sellos, lo que permite mantener un perfil saludable sin afectar el sabor. Su vida útil de 75 días garantiza frescura y calidad por un período prolongado.

Este producto está disponible en almacenes, autoservicios, supermercados y despensas de todo el país.



Lider expande su cobertura de e- commerce y llega a más de 110 zonas estivales en Chile

Lider ha anunciado la expansión de su cobertura de comercio electrónico, alcanzando más de 110 zonas turísticas en Chile. Con esta iniciativa, la compañía busca acompañar a sus clientes donde quiera que estén, reforzando su propuesta omnicanal y asegurando el acceso a su promesa de precios bajos incluso durante las vacaciones.

La temporada de verano es un periodo de alta movilidad para las familias chilenas, por lo que Lider ha incrementado sus puntos de despacho, superando los 290 a nivel nacional. Ahora, los clientes podrán realizar sus compras a través de Lider.cl o la aplicación Lider App y recibir sus pedidos directamente en sus destinos de descanso. Además, para facilitar el acceso a sus productos, la cadena mantiene su política de despacho gratuito para compras sobre \$30.000.



Un nuevo cierre y el desafío del retail físico: ¿Por qué el modelo sin cajeros Amazon Go no despegó?

Amazon, pionero en el comercio electrónico, ha enfrentado desafíos significativos en su incursión en el retail físico, especialmente con su formato de tiendas sin cajeros, Amazon Go. Lanzado en 2018, este concepto prometía una experiencia de compra sin fricciones, permitiendo a los clientes tomar productos y salir sin pasar por cajas, gracias a su tecnología "Just Walk Out". Sin embargo, la realidad ha sido más compleja.

Desde su lanzamiento, Amazon Go ha experimentado una reducción notable en su presencia. A principios de 2023, la compañía anunció el cierre de ocho tiendas en ciudades como Seattle, Nueva York y San Francisco, citando dificultades para hacer que la economía de estas ubicaciones funcionara.