

PANORAMA

25 años

RETAIL

ABIERTA LA CONVOCATORIA

CLF
2025



Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
LATIN FORUM

2024

ROLANDO MEJÍA

SINSA NICARAGUA

Cómo Sinsa se convirtió en pionero en Category Management para el DIY en Nicaragua



STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 03** Cómo Sinsa se convirtió en pionero en Category Management para el DIY en Nicaragua

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**



CÓMO SINSA SE CONVIRTIÓ EN PIONERO EN CATEGORY MANAGEMENT PARA EL DIY EN NICARAGUA

Rolando Mejía, Jefe de Resurtido en Sinsa Nicaragua, compartió un caso de éxito que destaca el desafío y la implementación estratégica del Category Management en una de las ferreterías líderes de la región.



ROLANDO MEJÍA
SINSA NICARAGUA

En el marco del CATMAN Latin Forum 2024, Rolando Mejía, Jefe de Resurtido en Sinsa Nicaragua, compartió un caso de éxito que destaca el desafío y la implementación estratégica del Category Management en una de las ferreterías líderes de la región. Este proceso, que comenzó desde cero, ha marcado un hito en la industria del DIY (Do It Yourself) en Nicaragua y ha posicionado a Sinsa como un pionero en Category Management, en Nicaragua para el DIY, un referente capaz de impulsar la eficiencia y efectividad en la gestión de categorías.

El desafío: 35,000 SKU y una nueva visión

Al iniciar el 2024, Sinsa decidió apostar de lleno por el Category Management, enfrentándose a una realidad desafiante: una oferta de más de 35,000 SKU distribuidos en 12 categorías principales dentro de sus 19 tiendas de retail. A diferencia de otros mercados más avanzados en esta disciplina, en Nicaragua no existía un antecedente claro de implementación en el sector de ferreterías, lo que convirtió a Sinsa en pionero en este camino.

El punto de dolor detectado fue la necesidad de estructurar la gestión de surtido y exhibición de manera estratégica. La empresa contaba con áreas de compras y logística bien establecidas, pero carecía de una metodología formal para administrar categorías de forma eficiente, lo que generaba desafíos en la exhibición, disponibilidad de inventario y experiencia de compra.

El enfoque de solución: shopper centric y datos en acción

Para estructurar su modelo de Category Management,

Sinsa implementó un enfoque basado en cuatro pilares:

- 1. Manual de Category Management:** Definir lineamientos generales y específicos para cada categoría, reconociendo que cada segmento (como construcción, herramientas o iluminación) tiene particularidades únicas en términos de espacio y exhibición.
- 2. Estrategias de exhibición y planogramas:** Asegurar que cada producto esté ubicado en el punto de venta más adecuado, optimizando el **layout** para mejorar la rentabilidad y la experiencia del cliente.
- 3. Revisión continua y analítica de datos:** Implementar un **dashboard** que permita evaluar métricas clave como rotación de productos, efectividad de promociones y disponibilidad en tienda.
- 4. Actividades comerciales estratégicas:** Alinear las exhibiciones y promociones con eventos clave del retail como Black Weekend y campañas estacionales.

El proceso incluyó la capacitación de equipos internos y la integración de todas las áreas clave, desde compras hasta merchandising y retail, asegurando que la ejecución fuese precisa y alineada con los objetivos comerciales.

Resultados y logros: Sinsa se convierte en referente del sector

La implementación de esta estrategia ha permitido a Sinsa optimizar su inventario, mejorar la exhibición de productos y elevar la experiencia de compra de sus clientes. Además, la compañía ha sentado las bases y se ha convertido en un referente dentro del



sector que no solo mejora su propio desempeño, sino que impulsa a todo el mercado a operar con mayor eficiencia y efectividad.

Descubre más y sé parte del CATMAN Latin Forum 2025

Si quieres conocer todos los detalles de esta implementación y las claves del éxito de Sinsa, puedes acceder al replay de la ponencia en el CATMAN Latin Forum 2024. Además, la convocatoria para presentar casos de éxito e innovación en el CATMAN Latin Forum 2025 ya está abierta. ¡Es el momento de compartir tu experiencia y ayudar a transformar la industria!

[Para más información sobre el evento y cómo participar, visita nuestra página oficial AQUÍ](#)

SÉ PARTE DEL

CATMAN

L A T I N F O R U M

2025

 7, 8 y 9 de octubre  Evento 100 % online

*¡Presenta tu caso, conviértete
en category influencer!*

Postúlate hoy

www.catmanlatinforum.com



RETAIL & CATMAN News



Walmart México anuncia inversión histórica de más de 6 mil millones de dólares para 2025

Walmart de México y Centroamérica anunció una inversión superior a los 6 mil millones de dólares (aproximadamente 125 mil millones de pesos) en México durante 2025. El anuncio fue realizado por su Presidente Ejecutivo y Director General, Ignacio Caride, en la conferencia matutina de la Presidencia de México.

Como parte de esta inversión, la compañía prevé la apertura de nuevas tiendas bajo los formatos Bodega Aurrera, Sam's Club, Walmart Supercenter y Walmart Express. Según la empresa, esta expansión generará aproximadamente 5,500 empleos directos. Actualmente, Walmart opera más de 3,200 tiendas en casi 700 municipios de los 32 estados del país.

¿Llegarán a Latinoamérica? Nestlé revoluciona la cocina con Maggi Air Fryer en Reino Unido y Malasia

Las freidoras de aire han cambiado la forma en que muchas personas cocinan, ofreciendo una alternativa rápida y saludable para preparar sus platillos favoritos. En Latinoamérica, este electrodoméstico ha ganado cada vez más protagonismo en los hogares, lo que abre la puerta a nuevas oportunidades en el mundo de la alimentación.

Nestlé ha sabido capitalizar esta tendencia con la expansión de su línea Maggi Air Fryer en el Reino Unido y Malasia, dos mercados clave para la compañía. Ahora, la pregunta es: ¿será este el primer paso hacia una futura llegada de estos productos a Latinoamérica?



"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!!!



CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Walmart apuesta por expansión y tecnología con inversión récord en Capex para 2025

Walmart de México y Centroamérica anunció su plan de inversión en Capex para 2025, el cual contempla una asignación de aproximadamente 41,800 millones de pesos, lo que representa un incremento del 20% respecto al año anterior. El anuncio se realizó durante el evento Walmex Day 2025, donde Ignacio Caride, presidente ejecutivo y director general de la compañía, detalló los principales ejes de inversión.

La estrategia de inversión de Walmart estará enfocada en cuatro áreas clave:

- Tiendas existentes (41%)
- Nuevas tiendas (30%)
- Cadena de suministro (18%)
- Tecnología (11%)

El impacto transformador del Big Data en la logística de envíos: ¿Qué esperar en 2025?

En el entorno actual, la logística va más allá de ser un simple proceso de traslado de mercancías. Con la digitalización, el análisis de Big Data ha emergido como un componente fundamental que redefine la velocidad, precisión y experiencia en los envíos de productos.

Según proyecciones recientes, el mercado global de análisis de datos, que alcanzó los 39.23 mil millones de dólares en 2024, está en camino de dispararse a los 266.07 mil millones de dólares para 2032, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 23.7%.

La acumulación de datos y la creciente inversión en tecnologías basadas en la nube, junto con la necesidad de información en tiempo real, están acelerando la adopción de soluciones avanzadas de Big Data.

Carrefour refuerza su estrategia de "proximidad" con la adquisición de Magne

Carrefour ha dado un paso clave en su expansión en el mercado de tiendas de conveniencia con la adquisición de Magne, una compañía propietaria de 101 tiendas en el sureste de Francia. A través de esta compra, que no ha sido detallada en términos financieros, Carrefour incorporará estos puntos de venta a su red bajo las enseñas Carrefour City, Carrefour Express y Proxi.

Benoît Soury, director ejecutivo de conveniencia de Carrefour Francia, destacó que esta integración representa "plenamente nuestra ambición de expansión en el mercado de las tiendas de conveniencia", una categoría que ha ganado relevancia entre los consumidores que buscan soluciones de compra rápidas y cercanas a sus hogares.

Además, Carrefour ha ajustado sus previsiones de crecimiento para las tiendas "Carrefour Proximité".



Nestlé apuesta por la Chocobakery y lanza Choco Trio en México

Nestlé ha anunciado el lanzamiento en México de Choco Trio, su nueva propuesta dentro de la categoría Chocobakery, que combina chocolate con galleta crujiente en tres variedades: maní, cookies & cream y chocolate. Esta línea, que ha tenido un desempeño positivo en Brasil y otros países de la región, llegará a los puntos de venta mexicanos a partir de abril.

La decisión de expandir la línea Chocobakery a México responde a su crecimiento dentro del sector de confitería en América Latina. Según Corinne Gabler, Head of Confectionery de Nestlé, la categoría de tabletas de chocolate ha experimentado un incremento del 24% en el último año, aunque aún representa solo el 3% del mercado total de chocolates en el país.



El nuevo 'cerebro' de Walmart: así funciona su asistente de inteligencia artificial

Walmart presentó Wally, un asistente basado en inteligencia artificial generativa (GenAI) que busca optimizar la gestión comercial y mejorar la productividad de sus comerciantes. La herramienta permite analizar datos con precisión y automatizar tareas para agilizar la toma de decisiones en la empresa.

Según Walmart, Wally tiene la capacidad de procesar grandes volúmenes de información y proporcionar respuestas en tiempo real a preguntas operativas. Su implementación busca facilitar la identificación de productos con alto y bajo rendimiento, generar reportes y automatizar cálculos complejos en la cadena de suministro.

El uso de inteligencia artificial en Walmart permitirá que los comerciantes optimicen sus estrategias sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.



Mercado Libre cierra 2024 con un crecimiento récord y consolida su liderazgo en América Latina

El ecosistema digital de Mercado Libre sigue fortaleciéndose como el motor del comercio electrónico y los servicios financieros en América Latina. En 2024, la compañía reportó ingresos netos por 21 mil millones de dólares, un crecimiento interanual del 38 %, impulsado por una base de más de 100 millones de compradores únicos anuales.

El cuarto trimestre del año cerró con ingresos de 6.1 mil millones de dólares, un aumento del 37 % interanual, reflejando la solidez de su modelo de negocio y la creciente adopción del comercio digital en la región. La utilidad neta alcanzó los 639 millones de dólares, con un margen del 10.5 %, mientras que los ingresos operativos se situaron en 820 millones de dólares, con un margen del 13.5 %.