

PANORAMA RETAIL

25 años

ABIERTA LA CONVOCATORIA

CLF
2025



Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
LATIN FORUM

2024

IVETTE GODÍNEZ

ALPURA MÉXICO



El Catman como motor de volumen: cómo es el modelo estratégico de Alpura en México



STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

03 El Catman como motor de volumen: el modelo estratégico de Alpura en acción

Retail & Catman News

05 Las últimas noticias de retail & Catman

ILACAD SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

Impartido por:

Frédéric Gautier
CEO

Carla Piña
Shopper Insights
LATAM Director

LIVE

Bodega Aurrera

WEBINAR

SHOPPER

ILACAD LIVE EXPERIENCE

BODEGA AURRERA

10 de julio / 10 am (hora Cdmx)
Vía Zoom para Miembros Ilacad

¿Te interesa participar?
¡Escribenos! Te decimos cómo

EL CATMAN COMO MOTOR DE VOLUMEN: EL MODELO ESTRATÉGICO DE ALPURA EN ACCIÓN



IVETTE GODÍNEZ
ALPURA MÉXICO

En el CATMAN Latin Forum 2024, **Ivette Godínez Ramírez, referente del Category Management en México y actual Head Catman en Alpura**, compartió una ponencia poderosa y profundamente transformadora sobre el rol del portafolio estratégico como generador de volumen y valor corporativo.

Con más de 20 años de experiencia en la disciplina, Ivette abordó un reto común pero no siempre bien resuelto: cómo alinear el portafolio de productos con el shopper, la rentabilidad y la visión estratégica de la empresa. Y lo hizo dejando en claro que hoy el Catman no puede ser solo un ejecutor, sino un actor clave del IVP (Integrated Value Planning) de las compañías.

¿Dónde empieza todo? Con una visión estratégica de categoría

La propuesta de Ivette parte de una convicción: el Category Management debe ser un generador de oportunidades estratégicas y no limitarse a su rol tradicional como “capitán de categoría” en relación con el retailer. Desde esa mirada, el punto de partida es una Category Vision clara y colaborativa, cocreada con Marketing e Insights, que defina hacia dónde se quiere llevar la categoría y qué rol cumple cada producto en ella.

La matriz de perfilado: del diagnóstico a la acción

Una vez definida esa visión, entra en juego lo que Ivette denomina la matriz de perfilado, una herramienta central en su metodología. Esta matriz se construye a partir del portafolio definido por Marketing y RGM, y evalúa a nivel micro (SKU por tienda) qué productos deben estar en qué puntos de venta, considerando incrementalidad, canibalización, rentabilidad y perfil del shopper.

Este análisis permite definir objetivos concretos de distribución y velocidad, que luego se integran como building blocks en el IVP anual de la compañía. Es

decir, el Catman no solo analiza o propone, sino que impacta directamente en el volumen esperado y en el seguimiento del desempeño comercial de la empresa.

Un caso concreto: +1 millón de cajas al año

Gracias a este enfoque, Alpura logró visualizar e implementar un incremento de casi 1 millón de cajas anuales, detectando oportunidades que antes no se veían por falta de granularidad. El secreto: dejar de pensar solo en presencia o cobertura, y empezar a cuestionar cada código en cada tienda, entendiendo si responde a la realidad del mercado y del shopper actual.

Colaboración real y automatización como pilares

Ivette insistió en la importancia de lograr consensos internos entre Catman, Marketing y Comercial para alinear objetivos. Pero también destacó el rol de la automatización como aliada en este proceso: los tableros de control permiten medir mes a mes el cumplimiento de los objetivos definidos por tienda y SKU, facilitando la gestión y la toma de decisiones.

Nuevos roles y desafíos para el Catman

Finalmente, Ivette llamó a repensar el rol del Catman dentro de las organizaciones. Su experiencia en Alpura está impulsando la creación de un nuevo rol interno, más orientado al seguimiento del IVP, con competencias analíticas, financieras y estratégicas. Porque hoy, más que nunca, el Category Management debe tener voz e influencia en la estrategia corporativa. Como ella misma lo expresó: "Tenemos el conocimiento, los datos, los insights. Ahora necesitamos el protagonismo para guiar a la organización hacia donde el shopper ya está yendo."

¿Te interesa conocer todos los detalles de esta ponencia? Puedes [adquirir el replay del evento](#) y revivir la presentación completa de Ivette y otras figuras clave del retail latinoamericano.

Y si lideraste un caso innovador en tu empresa, ya están abiertas las inscripciones para presentar tu propuesta en el CATMAN Latin Forum 2025.

Conviértete en parte de la conversación anual que está redefiniendo el Category Management en nuestra región.



RETAIL & CATMAN News



YPF Full: el modelo de conveniencia que lidera ventas de café, hamburguesas y alfajores en Argentina

En un país donde las tiendas de conveniencia aún buscan su lugar estratégico, YPF Full marca el ritmo con cifras récord de consumo y un ecosistema de datos que optimiza cada metro cuadrado. Las más de 1.090 tiendas Full que operan junto a sus estaciones de servicio ya representan un potencial de más del 30% de la rentabilidad total de la compañía, y lideran rubros claves del consumo cotidiano.

Cada día, YPF vende más de 95.000 cafés, lo que la convierte en la principal cadena cafetera del país, superando incluso a gigantes especializados del rubro.

SMU invertirá USD 600 millones en cinco años para acelerar su expansión en Chile y Perú

SMU, grupo controlador de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, anunció un ambicioso plan de inversiones por USD 600 millones para el periodo 2025-2029. El foco estará puesto en la expansión orgánica, la modernización de tiendas y el fortalecimiento operativo de sus negocios en Chile y Perú.

Según detalló la compañía, cerca del 60% del presupuesto se destinará a la apertura de 115 nuevas tiendas: 80 en Chile (mitad en formato Unimarc y mitad en Alvi/Super10) y 35 en Perú bajo el formato Maxiahorro. La expansión permitirá a SMU alcanzar presencia en 179 comunas chilenas, cubriendo más del 90% de la población.



¡Aprende a liderar las entrevistas de Negociación, no te quedes fuera!



KAM: LAS 5 REGLAS DE ORO DE LA NEGOCIACIÓN



LIVE





Grupo Dia se suma a la Asociación Española del Retail para fortalecer su innovación y proximidad

Grupo Dia anunció su incorporación a la Asociación Española del Retail (AER), una decisión estratégica que busca reforzar su compromiso con la profesionalización del sector, la omnicanalidad, la innovación y la sostenibilidad. La firma de esta alianza se realizó en Las Rozas, con la participación de Martín Tolcachir, CEO global de Grupo Dia, y Laureano Turienzo, presidente de AER.



70% de los consumidores eligen dónde comprar según el método de pago disponible

Un informe de PYMNTS Intelligence, titulado "How Preferred Payment Availability Can Reduce Cart Abandonment", revela que el 70% de los compradores online considera la disponibilidad de su método de pago preferido como un factor crucial a la hora de elegir dónde comprar. La consecuencia: cajas abandonadas, ventas perdidas y una competencia creciente entre marketplaces, retailers digitales y sitios de marcas.



Cyber 2025: Walmart Chile entregó más de 8 millones de productos en todo el país

Walmart Chile publicó los resultados de su Radiografía Cyber 2025 y los números confirman una tendencia en alza: el comercio electrónico sigue creciendo con fuerza en todo el país, con un impacto especialmente destacado en regiones. Durante la última edición del evento de descuentos online, se entregaron más de 8 millones de productos, con foco en cobertura nacional, rapidez y experiencia de compra.

RETAIL ANALYTICS & PLANNING

LOS KPIS DE LOS CURSOS
ILACAD RETAIL TRAININGS



FECHA:

26,27 Y 28 AGOSTO

HORA:

8:00 - 11:00 a.m. (Hr. CDMX)



LIVE

Live Master Training
impartido por:
YOAN MONTOLIO



CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Walmart Chile amplía su programa de pagos anticipados: un modelo para imitar



Dia España se posiciona entre las 100 empresas con mejor reputación del país según el ranking MERCO



Mercado Libre invertirá US\$2.600 millones en Argentina para ampliar operaciones

SHOPPER MEMBERSHIP 3.0 2025



ES LA ÚNICA HERRAMIENTA EN EL MUNDO QUE TE AYUDARÁ A ARMAR UN PLAN COMERCIAL BASADO EN OPORTUNIDADES CONCRETAS EN CADA CANAL, FORMATO Y CADENA.



Información por Cadena:

- Penetración
- Perfil
- Drivers de visita
- Misión de Compra
- Gasto Promedio
- Intensidad de compra por Familia de Productos
-y mucho más

¿QUÉ CADENAS CONTEMPLA LA SHOPPER MEMBERSHIP 3.0?

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LA SHOPPER MEMBERSHIP?