

# PANORAMA <sup>25 años</sup> RETAIL

*Expertos en Retail & Category Management*

## CÓMO RESISTIR A LA PRESIÓN DEL COMPRADOR

**Negociar desde la estrategia: métodos, actitudes y herramientas para no ceder más de lo necesario. Revive el webinar impartido por tres expertos franceses.**



**Yoan Montolio**



**Benoit Ripoll**



**Frédéric Gautier**



## STAFF



**Frédéric Gautier**

CEO de ILACAD World Retail



**Daiana Coronel**

Journalist & Retail Analyst

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## *Nota principal*

- 03** ¿Cómo resistir a la presión del comprador?

## *Retail & Catman News*

- 05** Las últimas noticias de retail & Catman



# ¿CÓMO RESISTIR A LA PRESIÓN DEL COMPRADOR?

Negociar desde la estrategia: métodos, actitudes y herramientas para no ceder más de lo necesario. Revive el webinar impartido por tres expertos franceses.



**Benoît Ripoll**



**Yoan Montolio**



**Frédéric Gautier**

En tiempos donde el poder de los retailers crece y las condiciones se endurecen, negociar dejó de ser una habilidad blanda para convertirse en un proceso crítico de supervivencia y crecimiento. En ese contexto, Ilacad World Retail reunió a tres expertos internacionales con amplia trayectoria en negociación con grandes cadenas para responder una pregunta clave: **¿cómo resistir la presión del comprador sin romper la relación, sin poner en riesgo la cuenta y sin sacrificar el negocio?**

**Tres expertos, una misma mirada: resistir no es frenar, es construir**

**Frédéric Gautier** (experto en Retail y fundador de Ilacad World Retail & OPENCatman), **Benoît Ripoll** (coach y formador de equipos KAM en América Latina y Europa) y **Yoan Montolio** (experto consultor en prácticas de compra y venta y CEO de Ilacad Retail Training) protagonizaron un webinar de alto valor

práctico, donde compartieron métodos concretos, ejemplos reales y un enfoque innovador sobre cómo encarar negociaciones bajo presión con cuentas clave.

El título no es casual. **“Resistir” no es sinónimo de obstaculizar, sino de sostener con firmeza una propuesta de valor.** Es decir: mantener el control, actuar con estrategia, y tener la capacidad de manejar la tensión que naturalmente se presenta en negociaciones con compradores entrenados para ir al límite.

**Compradores profesionales vs. vendedores improvisados**

Uno de los primeros conceptos destacados fue la **asimetría de profesionalización.** Mientras los compradores de los grandes retailers suelen contar con procesos, herramientas y formación continua, muchos proveedores aún negocian desde la intuición, el instinto o la urgencia comercial.

---

***“Hoy, el comprador llega con un método. Sabe lo que quiere, tiene objetivos financieros claros y maneja tácticas para obtener lo que busca. El vendedor, en cambio, muchas veces no tiene un proceso y reacciona. Y ahí empieza la pérdida de poder”, explicó Ripoll.***

Frente a esa realidad, los tres expertos insistieron en la necesidad de **profesionalizar la función comercial** con un método robusto y repetible que permita preparar, ejecutar y evaluar cada negociación con claridad.

### **Los 3 pilares para negociar con éxito en contextos de presión**

A lo largo del webinar, se exploraron en profundidad **tres ejes clave** que todo equipo de ventas debería dominar:

#### **1. Preparación: la base de todo**

Sin una preparación rigurosa, la negociación empieza cuesta arriba. El equipo debe tener claro:

- Los objetivos propios y del cliente.
- Las variables que están en juego (precio, condiciones, volumen, visibilidad, etc.).
- Las palancas disponibles.
- Las posibles concesiones y sus límites.
- El valor que la propuesta aporta al cliente.

***“Negociar no es improvisar argumentos frente al comprador. Es llegar con un plan, con escenarios alternativos, con el mapa completo de la situación”, enfatizó Montolio.***

#### **2. Actitud: no ceder ante la presión emocional**

Los compradores presionan. Es parte de su rol. Piden más descuentos, exigen mejores condiciones, amenazan con deslistar productos. Frente a eso, el

negociador debe mantenerse firme, sin entrar en la lógica de la urgencia o el miedo.

Ripoll insistió en la importancia de **entrenar la actitud**: sostener la calma, evitar las reacciones defensivas, saber cuándo callar y cuándo escalar. “La mayor pérdida de margen no sucede por falta de argumentos, sino por falta de firmeza emocional”, advirtió.

#### **3. Propuesta de valor: argumentar desde el impacto**

Una de las claves más repetidas por los tres expertos fue que **no se trata de defender un precio, sino de explicar un valor**. Y ese valor debe traducirse en beneficios concretos para el retailer: más tráfico, mayor rotación, diferenciación, rentabilidad.

En ese sentido, se insistió en la necesidad de hablar en el lenguaje del comprador. No en términos de lo que “nos cuesta” al proveedor, sino en función de lo que “gana” el retailer al aceptar la propuesta.

### **Tácticas frecuentes del comprador... y cómo enfrentarlas**

Durante el encuentro, se analizaron algunas tácticas habituales utilizadas por los compradores:

- El "callejón sin salida": presentar una única opción como inevitable.
- El "descuento obligatorio": exigir condiciones sin justificación.
- La amenaza de ruptura: insinuar el fin de la relación si no se accede.

Frente a eso, se compartieron técnicas para desmontar esas estrategias, devolver el control de la conversación y sostener la negociación sin quiebres. También se abordó el **rol de las segundas reuniones, la**

**escalación con otros niveles de decisión y el manejo interno del equipo** para evitar concesiones desordenadas.

### Casos reales, aprendizajes concretos

Durante la sesión, también se analizaron varios casos reales, como:

- Cómo una marca logró revertir un pedido de exclusividad bajando precios, transformándolo en una propuesta compartida de visibilidad en tienda.
- Qué hacer cuando el comprador amenaza con dejar fuera una SKU clave.
- Cómo manejar negociaciones cuando el equipo interno (finanzas, logística, marketing) no está alineado.

Además, Yoan Montolio introdujo el concepto de “zona de no negociación”: aquellas variables que, si se

comprometen, afectan la sustentabilidad del negocio. Tenerlas definidas de antemano es clave para evitar concesiones perjudiciales bajo presión.

### Un entrenamiento necesario para cualquier KAM o líder comercial

Este webinar es solo una muestra del **curso intensivo “Las 5 reglas de oro de la negociación”**, dictado por Benoit Ripoll, diseñado para formar equipos comerciales más estratégicos, más sólidos y más capaces de enfrentar negociaciones complejas en un entorno cada vez más exigente.

### ¿Quieres acceder al replay del webinar completo?

[Accede aquí y revive esta clase magistral sobre negociación con cuentas clave.](#)



# RETAIL & CATMAN News



## Bodega Aurrera lanza consultorios médicos especializados y redefine el modelo de salud en retail

Bodega Aurrera, el formato de Walmart en México, inauguró en Aguascalientes el primer módulo de Bodega Aurrera Salud, una propuesta que integra atención médica especializada dentro del supermercado. El servicio se lanzó en la tienda de la zona de Ojo de Agua, donde ya opera el primer consultorio con una oferta que abarca desde medicina general hasta especialidades, estudios de laboratorio y entrega de medicamentos, todo a precios accesibles.

## Walmex enfrenta presión sobre sus márgenes pese al crecimiento en ventas

Walmart de México y Centroamérica (Walmex) registró una fuerte caída del 7.4% en el valor de sus acciones tras presentar sus resultados del segundo trimestre de 2025. La baja, equivalente a una pérdida de capitalización bursátil de 68,600 millones de pesos, refleja la preocupación del mercado por la caída del 10% en su ganancia neta, a pesar de un crecimiento interanual en ventas del 8%.

La utilidad neta trimestral fue de 11,200 millones de pesos, por debajo de los 13,000 millones esperados por los analistas. Además, el margen de ganancias básicas cayó al 9.5%, el nivel más bajo para un segundo trimestre desde 2020. La presión sobre los márgenes se atribuye principalmente a mayores gastos en tecnología, comercio electrónico, nuevas aperturas y aumentos en costos laborales.



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



## KAM:

# LAS 5 REGLAS DE ORO DE LA NEGOCIACIÓN



**LIVE**





## Mercado Libre lanza programa para digitalizar a Mipymes mexicanas de alimentos

Mercado Libre presentó la iniciativa Clic, un programa diseñado para acompañar a micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), cooperativas y emprendimientos mexicanos del sector alimentos y bebidas en su proceso de digitalización.

La propuesta busca conectar a productores con consumidores a través del comercio electrónico, promoviendo la inclusión digital y el desarrollo económico regional.



## Walmart invertirá más de 990 millones de pesos en Tabasco hasta 2027

Walmart de México y Centroamérica anunció una inversión superior a los 990 millones de pesos en Tabasco entre 2025 y 2027, como parte de su estrategia para fortalecer su presencia regional, impulsar el desarrollo económico local y ampliar su ecosistema omnicanal.

El plan contempla la apertura de siete nuevas unidades bajo los formatos Bodega Aurrera, Walmart Supercenter y Walmart Express. Con esta expansión, se generarán más de 470 empleos directos permanentes en la entidad.



## Grupo Coppel define nuevo modelo de gobernanza: Diego Coppel asume como Director General

Grupo Coppel anunció una nueva estructura organizacional orientada a fortalecer su modelo de gobernanza y dar continuidad a su crecimiento sostenible. En este marco, Diego Coppel Sullivan asumió como Director General del Grupo, mientras que Agustín Coppel Luken continuará como Presidente del Consejo de Administración.

# RETAIL ANALYTICS & PLANNING

LOS KPIS DE LOS CURSOS  
ILACAD RETAIL TRAININGS



**LIVE**



**FECHA:**

26,27 Y 28 AGOSTO

**HORA:**

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

Live Master Training  
impartido por:  
**YOAN MONTOLIO**



# 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



Dia supera sus objetivos de crecimiento en el primer semestre y consolida su hoja de ruta 2025-2029



Bodega Norton designa a Tomas Lange como nuevo CEO para liderar su expansión internacional



PepsiCo y Holanda lanzan en México una paleta Flamin' Hot con mango y chile

# 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?



## Costco refuerza su presencia en México con nueva tienda en Jalisco

Costco México continúa su plan de crecimiento con la apertura de una nueva tienda en Zapopan, Jalisco, consolidando su presencia en el occidente del país. El nuevo punto de venta se ubica en Periférico Norte, frente a Plaza San Isidro, en una de las zonas de mayor densidad poblacional y desarrollo comercial de la región metropolitana de Guadalajara. Se trata de la segunda tienda de la cadena en Zapopan y la cuarta en el estado, sumándose a las ubicaciones en Avenida Vallarta, Tlajomulco de Zúñiga y Puerto Vallarta.



## Falabella relanza la Feria Trueque y fortalece su estrategia de moda circular en Chile

Falabella lanzó una nueva edición de la Feria Trueque en Chile, con actividades en Santiago, Talca, La Serena y una versión permanente en su tienda de Los Dominicos. La propuesta, gratuita y abierta al público, permite intercambiar hasta cinco prendas en buen estado por ropa, carteras y mochilas, como parte de su compromiso con la economía circular.



## CBC adquiere Postobón y consolida su liderazgo en el mercado de bebidas de América Latina

La multinacional guatemalteca CBC (Central America Bottling Corporation) anunció la adquisición de la compañía colombiana Postobón, junto a sus subsidiarias Gaseosas Colombiana y Gaseosas Lux. Esta operación, concretada tras más de un año de negociaciones, se posiciona como una de las más relevantes en la historia reciente del mercado de bebidas en América Latina.

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



# CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT



Live Master Training  
impartido por:



FRÉDÉRIC GAUTIER



YOAN MONTOLIO



¡NUEVA FECHA!

Bloque I: 2, 3 Y 4 SEPTIEMBRE  
Bloque II: 23, 24 Y 25 SEPTIEMBRE



**OPENCatman**  
Interactive Category Management