

PANORAMA RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

**ASSAÍ REDEFINE EL CASH & CARRY:
ENTRA AL FORMATO DE FARMACIAS, CREA LA
CATEGORÍA “MUNDO SAÚDE” E IMPULSA LA
EXPANSIÓN DIGITAL**





ÍNDICE DE CONTENIDOS

STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

Nota principal

- 03** Assaí redefine el cash & carry: entra al formato de farmacias, crea la categoría “Mundo Saúde” e impulsa la expansión digital

Retail & Catman News

- 07** Las últimas noticias de retail & Catman

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



CERTIFICADO
**CATEGORY
MANAGEMENT**



ASSAÍ REDEFINE EL CASH & CARRY: ENTRA AL FORMATO DE FARMACIAS, CREA LA CATEGORÍA “MUNDO SAÚDE” E IMPULSA LA EXPANSIÓN DIGITAL



Assaí Atacadista prepara para 2026 una transformación que va más allá del crecimiento tradicional del cash & carry. La compañía avanza hacia un modelo más amplio, donde salud, marca propia, fintech y marketplace se integran como

nuevas avenidas de expansión.

El foco ya no está únicamente en vender volumen: está en diversificar categorías, capturar mayor margen y ampliar la relación con el cliente.

Mundo Saúde: una nueva categoría estratégica

Desde el primer trimestre de 2026, Assaí comenzará la implementación de “Mundo Saúde”, una categoría con espacio dedicado dentro de la tienda y foco en suplementos y productos funcionales.

La primera fase alcanzará 93 tiendas e incluirá:

- Creatina
- Pre-entrenos
- Whey protein
- Bebidas lácteas proteicas
- Barras proteicas

La decisión responde al crecimiento sostenido del consumo de productos vinculados a performance, bienestar y nutrición funcional, que hoy trascienden el nicho deportivo y forman parte del consumo cotidiano.

Para un formato mayorista, esto implica capturar un ticket más alto y atraer nuevos perfiles de cliente sin alterar la esencia de precio competitivo.

Farmacias dentro del cash & carry

En el segundo semestre de 2026, Assaí abrirá 25 farmacias completas piloto dentro de sus tiendas.

El movimiento amplía el perímetro tradicional del cash & carry y refuerza la lógica de “todo en un solo lugar”, sumando medicamentos y productos OTC a la propuesta de valor.

Si Mundo Saúde trabaja el consumo preventivo y funcional, la farmacia incorpora soluciones de salud más estructurales, elevando frecuencia de visita y margen.



25 FARMACIAS PILOTO



VENTA DE MEDICAMENTOS & PRODUCTOS OTC



UBICACIÓN ESTRATÉGICA



Marca propia: defender precio y rentabilidad



En el primer trimestre de 2026, la compañía lanzará su marca propia, con aproximadamente 200 SKUs en categorías clave de alta penetración hasta finales de año.

En un entorno macroeconómico desafiante y de alta sensibilidad al precio, la marca propia permitirá:

- Mejorar estructura de márgenes
- Reforzar competitividad
- Fidelizar clientes profesionales y familias

Para el modelo cash & carry, este es un paso estratégico clave en términos de diferenciación.

Assaí Pay: el mayorista entra en servicios financieros



Durante 2026 continuará el despliegue de Assaí Pay, su solución de pagos con maquinitas orientada a B2B y B2C.

Más que procesamiento de pagos, la iniciativa le permite al retailer:

- Capturar datos transaccionales
- Generar ingresos complementarios
- Fortalecer vínculo con pequeños comerciantes

El retail mayorista también evoluciona hacia fintech con soluciones financieras como Tarjeta Private Label, asistencias, seguros, soluciones digitales, cuenta PJ, entre otras.

Entrada al marketplace con modelo fulfillment



En el segundo trimestre de 2026, Assaí iniciará ventas en el marketplace de Mercado Livre bajo modelo fulfillment.

A diferencia del last mile desde tienda, Assaí enviará productos a centros de distribución del marketplace, que gestionará almacenamiento, picking y entrega.

El surtido inicial priorizará categorías no perecederas de alta recurrencia (mercería seca, limpieza, bebidas y no alimentos seleccionados), permitiendo aprendizaje operativo con disciplina económica.

Además, las 312 tiendas de Assaí podrán utilizar la plataforma Mercado Livre Negócios para compras corporativas de insumos operativos.

De cash & carry a plataforma de consumo integral

La hoja de ruta 2026 muestra un cambio de escala conceptual:

- **Salud y suplementos** como nueva **categoría estratégica**
- **Farmacias integradas** al modelo
- **Marca propia** para fortalecer margen
- **Servicios financieros propios**
- Integración digital vía **marketplace**



En un contexto de presión macroeconómica y consumo más racional, Assaí no apuesta solo a crecer en metros cuadrados. Apuesta a expandir su ecosistema.

El mayorista tradicional se está transformando en una plataforma híbrida de consumo, servicios y datos. Y 2026 será el año en que esa transformación deje de ser promesa y pase a ejecución.

CATEGORY INFLUENCER

Unilever y OPENCatman se unen y entregan

PLANOGRAMAS MAESTROS ABIERTOS A LA COMUNIDAD

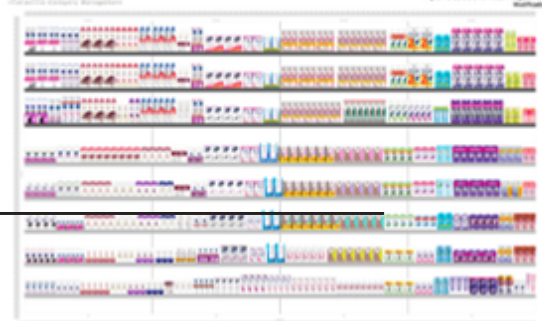
Usa, edita y adapta a tu tienda el planograma de desodorantes del formato súper, hiper y pharma de Unilever.

Editar planogramas en OPENCatman



OPENCatman
Interactive Category Management

OPENCatman

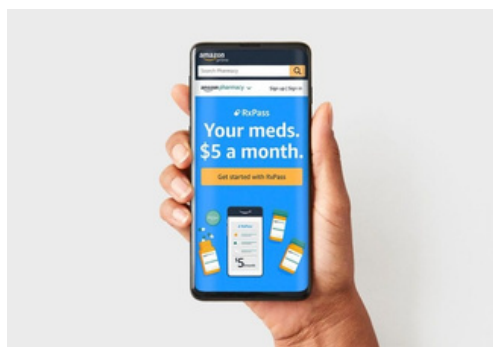


RETAIL & CATMAN News



Entre la revisión global y la expansión local: el futuro de Carrefour Argentina

Dentro del nuevo esquema del Grupo, Argentina queda incluida en el segmento "Other Countries", junto con Bélgica y Polonia. El documento es explícito: el Grupo continuará trabajando para mejorar la performance operativa en estos mercados mientras mantiene "todas las opciones estratégicas abiertas", desde crecimiento hasta monetización total o parcial.



¿Es la logística el nuevo dueño de la farmacia? Amazon acelera su modelo digital y entregas en horas

Amazon Pharmacy anunció que en 2026 ampliará de forma significativa su servicio de entrega de medicamentos en el mismo día en Estados Unidos, alcanzando casi 4.500 ciudades. Pero más allá del número, el movimiento confirma algo mucho más estructural: la farmacia está migrando del mostrador físico a la infraestructura logística.



Carrefour Brasil acelera en combustibles: proyecta 109 estaciones y expande carga eléctrica en 2026

Grupo Carrefour Brasil avanza en la consolidación de su negocio de combustibles y proyecta cerrar 2026 con 109 estaciones de servicio operativas, distribuidas bajo sus tres banderas: Carrefour, Atacadão y Sam's Club.

"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



2026



!!! Conoce todos los beneficios y sé parte de esta membresía única en el mundo!!!





Nescau lanza en Brasil su primer cereal en formato cookie

Nescau amplía su presencia en la categoría de cereales matinales con el lanzamiento de NESCAU Cookie Cereal, una innovación que introduce por primera vez en Brasil el formato cookie dentro del segmento.

El producto llega al mercado a través de Cereal Partners Worldwide (CPW Brasil), la división global de cereales de Nestlé en joint venture con General Mills, y ya comenzó su distribución en los principales puntos de venta del país.

La principal novedad es su formato exclusivo tipo cookie, desarrollado con una tecnología inédita en el mercado brasileño y validado en estudios de consumidor realizados por la marca.

Si bien el producto ya existe en otros mercados internacionales, su llegada a Brasil refuerza la estrategia de Nescau de sostener liderazgo en cereales sabor chocolate mediante innovación en experiencia y textura.



Gastón Lo Russo se incorpora a Cencosud como Chief Strategy & Transformation Officer

Cencosud anunció la incorporación de Gastón Lo Russo como nuevo Chief Strategy & Transformation Officer, reforzando su estructura ejecutiva en un momento donde la transformación y la eficiencia operativa se consolidan como prioridades estratégicas en el retail regional.

Lo Russo cuenta con una extensa trayectoria en compañías de consumo masivo. En sus últimos años en Grupo Bimbo, lideró primero la operación en Argentina y luego asumió como CEO de Iberia, con responsabilidad sobre los mercados de España y Portugal. Su recorrido combina gestión comercial, expansión internacional y conducción de procesos de transformación en entornos altamente competitivos.



Unilever lanza CIF Active Gel y apuesta por innovación local para redefinir el lavado manual

La compañía refuerza su liderazgo en la categoría de cuidado del hogar en Argentina con una tecnología desarrollada y producida íntegramente en el país, orientada a mejorar rendimiento, experiencia y diferenciación en góndola.

En un mercado donde 7 de cada 10 personas eligen CIF y donde los detergentes concentrados ya están presentes en 9 de cada 10 hogares, Unilever presentó CIF Active Gel, una innovación que busca marcar la próxima evolución en la categoría.

El lanzamiento parte de una doble lectura estratégica: por un lado, la necesidad de aportar valor agregado en una categoría altamente penetrada y, por otro, la oportunidad de responder a cambios concretos en el comportamiento del consumidor.

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management