

PANORAMA RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

CÓMO ES EL NUEVO MODELO DE WALMART QUE REORGANIZA LA PRIMERA MILLA Y CONVIERTE LA LOGÍSTICA EN VENTAJA COMPETITIVA



El retailer lanzó un nuevo modelo de consolidación logística que busca acelerar reposición, reducir costos y ganar mayor control sobre el flujo de mercadería desde el proveedor hasta la góndola.



STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 04** Walmart reorganiza la primera milla y convierte la logística en ventaja competitiva

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



CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management

CÓMO ES EL NUEVO MODELO DE WALMART QUE REORGANIZA LA PRIMERA MILLA Y CONVIERTE LA LOGÍSTICA EN VENTAJA COMPETITIVA

El retailer lanzó un nuevo modelo de consolidación logística que busca acelerar reposición, reducir costos y ganar mayor control sobre el flujo de mercadería desde el proveedor hasta la góndola.



Walmart continúa profundizando una transformación silenciosa pero cada vez más estratégica dentro del retail global: convertir su cadena de suministro en uno de sus principales activos competitivos.

La compañía anunció el lanzamiento de **“Prepaid Consolidation”**, un nuevo modelo logístico

orientado a centralizar y optimizar la primera milla de abastecimiento. La iniciativa busca simplificar el ingreso de mercadería desde proveedores hacia la red de distribución de Walmart, reduciendo complejidad operativa y mejorando velocidad de reposición en tiendas.

Más allá del anuncio técnico, el movimiento refleja

un cambio mucho más profundo: la logística deja de ser simplemente una función operativa para transformarse en un elemento central de competitividad, eficiencia y control dentro del retail.

El nuevo esquema permite que los proveedores envíen productos bajo una única orden de compra nacional a un punto centralizado operado por Walmart. Desde allí, la compañía consolida inventario y redistribuye mercadería hacia sus 42 centros regionales de distribución en Estados Unidos.

Según explicó la empresa, el objetivo es reducir variabilidad logística, mejorar disponibilidad de productos y acelerar el abastecimiento hacia tiendas y consumidores.

“Estamos enfocados en hacer nuestra cadena de suministro más simple, rápida y eficiente para los proveedores, manteniendo productos disponibles para nuestros clientes”, señaló Mike Gray, Senior Vice President of Supply Chain de Walmart U.S.

La iniciativa pone foco especialmente sobre la llamada “first mile”, es decir, el primer tramo del recorrido logístico desde el proveedor hacia la red de distribución. Históricamente, esta etapa estuvo fragmentada entre múltiples operadores, envíos parciales y distintos esquemas de abastecimiento. Ahora Walmart busca absorber parte de esa complejidad utilizando su propia infraestructura logística nacional.

El programa también muestra cómo el retailer continúa evolucionando hacia un modelo cada vez más integrado y centralizado. En los últimos meses, la compañía aceleró inversiones en automatización, robótica, procesamiento de alimentos y supply chain inteligente, consolidando una estrategia donde el control operativo gana protagonismo frente a modelos más descentralizados.

La lógica detrás del movimiento es clara: en un escenario marcado por presión sobre márgenes, consumidores más exigentes y crecimiento omnicanal, la eficiencia logística se vuelve tan importante como el surtido o el precio.

Al consolidar cargas y redistribuir inventario desde una red unificada, Walmart busca:

- reducir costos de transporte
- mejorar precisión de reposición
- disminuir faltantes
- aumentar velocidad hacia góndola
- generar mayor estabilidad operativa

Además, el modelo permite fortalecer relaciones con proveedores mediante procesos más estandarizados y mayor visibilidad logística.

La iniciativa también refuerza otra tendencia cada vez más visible en el retail global: los grandes operadores comienzan a funcionar no solo como retailers, sino también como plataformas logísticas de escala nacional.

En lugar de limitarse a comprar y vender productos, compañías como Walmart avanzan sobre funciones tradicionalmente distribuidas entre fabricantes, operadores logísticos y distribuidores. El objetivo es construir cadenas más resilientes, flexibles y controladas de punta a punta.

El programa se implementará en fases y priorizará proveedores según volumen y capacidad operativa. Walmart trabajará además junto a operadores logísticos asociados como C.H. Robinson, Hub Group y RJW Logistics.

La apuesta confirma así cómo la competencia



en retail empieza a trasladarse cada vez más hacia la capacidad de mover productos con mayor velocidad, precisión y eficiencia. Y en esa carrera, la supply chain deja de ser backstage para convertirse en protagonista estratégico del negocio.

ILACAD
WORLD RETAIL
SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

Impartido por:



Frédéric Gautier
CEO

LIVE



Carla Piña
Shopper Insights
LATAM Director

WEBINAR

SHOPPER

ILACAD LIVE EXPERIENCE

TIENDAS 3B

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

¿Te interesa participar?
INGRESA AQUÍ



SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

AGENDA 2026

Webinars Shopper Ilacad Live Experience

Estudio Shopper Omnicanal 2026	30 de abril
Shopper Walmart Supercenter	7 de mayo
Shopper Soriana (Híper y Súper)	14 de mayo
Shopper La Comer	28 de mayo
Shopper Farmacia Guadalajara	4 de junio
Shopper HEB	11 de junio
Shopper Tiendas 3B	18 de junio
Shopper Sam's Club	25 de junio
Shopper Chedraui (Híper y Supercito)	2 de julio
Shopper Soriana (Mercado y Express)	9 de julio
Shopper Bodega Aurrera	16 de julio
Shopper eCommerce	23 de julio
Shopper Bodega Aurrera Express	6 de agosto
Shopper Oxxo	13 de agosto
Shopper Casa Ley	20 de agosto
Shopper Tiendas Neto	27 de agosto
Shopper Farmacia Benavides	3 de septiembre
Shopper El Zorro	10 de septiembre
Shopper 7 Eleven	24 de septiembre
Shopper Costco	1º de octubre
Catman Latin Forum 2026	6, 7 y 8 de octubre
Shopper Chedraui Selecto	15 de octubre
Shopper Walmart Express	22 de octubre
Shopper Farmacias del Ahorro	29 de octubre
Shopper S-mart	5 de noviembre
Shopper Farmacias Yza	19 de noviembre
Shopper Calimax	26 de noviembre

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.

RETAIL & CATMAN News



Grupo Éxito suma dos ejecutivos de trayectoria internacional para sus áreas Comercial y Digital

Paula Sanabria asumió como Chief Commercial Officer y Juan Camilo Suárez como Chief Digital & Technology Officer, reforzando la estrategia de crecimiento regional de la compañía.




Olímpica acelera su transición energética y obtiene certificación internacional de eficiencia

La cadena colombiana refuerza su estrategia de sostenibilidad con energías renovables, digitalización y reducción de consumo energético en sus operaciones.

CATMAN
LATIN FORUM

 6, 7 y 8 de octubre

 Evento 100 % online

2026

www.catmanlatinforum.com

**CONVOCATORIA
ABIERTA**

PRESENTA TU CASO 

**CONVIÉRTETE EN CATEGORY INFLUENCER
TU EXPERIENCIA PUEDE SER REFERENTE
EN TODO LATAM**



Grupo Gigante redefina su portafolio: menos tiendas de tecnología y más de mascotas y gastronomía

Grupo Gigante avanza en una profunda reconfiguración de su portafolio de negocios en México, reduciendo su exposición en categorías tradicionales como tecnología y artículos de oficina mientras fortalece segmentos con mayores perspectivas de crecimiento, como mascotas, gastronomía y retail especializado.

La transformación se refleja en el cierre progresivo de las tiendas RadioShack y Office Depot, dos formatos que durante años fueron protagonistas dentro de la operación del grupo.



Grupo Muffato acelera inversiones en Ponta Grossa y fortalece su presencia con seis tiendas

Grupo Muffato continúa ampliando sus inversiones en Ponta Grossa, una de las ciudades donde mantiene una presencia histórica dentro del estado de Paraná. La compañía anunció una nueva etapa de modernización para su tienda MAX Atacadista Chapada, reforzando una estrategia de crecimiento que ya suma seis establecimientos en la localidad.



Alaska Inversiones supera el 10% de participación en Assaí

Assaí Atacadista informó al mercado que recibió una notificación de Alaska Inversiones comunicando que alcanzó una participación relevante del 10,20% en el capital de la compañía.

Según detalló Sendas Distribuidora —razón social de Assaí—, la participación incluye acciones ordinarias, instrumentos de opciones y operaciones de compra a término vinculadas a títulos emitidos por la empresa.

La comunicación se realizó en cumplimiento de la normativa de la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM) de Brasil, que exige informar al mercado cuando un inversor alcanza determinados niveles de participación accionaria en una

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.

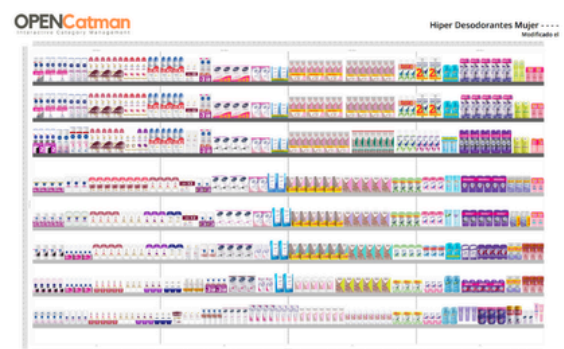
Editar planogramas en OPENCatman



Unilever



OPENCatman
Interactive Category Management





Doritos suma a Gordon Ramsay para impulsar su expansión en el negocio gastronómico

Doritos dio un nuevo paso en su estrategia de expansión más allá del snack tradicional al anunciar una alianza global con el chef británico Gordon Ramsay para desarrollar y promover Doritos Loaded, una propuesta gastronómica que transforma los clásicos chips de tortilla en platos preparados para restaurantes, delivery y consumo fuera del hogar.

La iniciativa forma parte de la apuesta de PepsiCo por capitalizar el creciente cruce entre marcas de consumo masivo y gastronomía, una tendencia que busca extender la experiencia de las marcas más allá de la góndola y generar nuevas ocasiones de consumo.

Como parte de la colaboración, Ramsay desarrollará ocho recetas exclusivas basadas en Doritos Loaded, diseñadas para demostrar la versatilidad del producto y su potencial como ingrediente dentro de propuestas gastronómicas más elaboradas.



Purina relanza Gourmet Perle y apuesta al crecimiento de los alimentos premium para gatos

Nestlé Purina Petcare anunció el relanzamiento y ampliación de Gourmet Perle, una de sus principales líneas de alimentos húmedos para gatos en Europa, en una apuesta por fortalecer su posicionamiento dentro de uno de los segmentos de mayor crecimiento de la industria pet food: la alimentación premium para mascotas.

La renovación abarca cerca de 30 mercados europeos, incluyendo Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, e incorpora una nueva línea denominada Ocean Flakes, elaborada con pescado y una textura en delicadas láminas inspirada en preparaciones gastronómicas para consumo humano.

La iniciativa responde a una tendencia cada vez más visible en el mercado de mascotas: consumidores que trasladan al cuidado de sus animales criterios similares a los que aplican en su propia alimentación, priorizando calidad de ingredientes, transparencia, experiencia de consumo y origen de las materias primas.



Cencosud entra al formato discount en Chile con el lanzamiento de Don Salva

Cencosud anunció su ingreso al segmento de supermercados discount en Chile con el lanzamiento de Don Salva, una nueva cadena orientada a competir en un formato cada vez más relevante dentro del retail alimentario regional.

El movimiento marca un paso estratégico para el grupo, que hasta ahora operaba en el país con Jumbo, Santa Isabel y SPID, y busca ampliar su cobertura hacia consumidores más sensibles al precio y compras de proximidad. "Las dinámicas de consumo están evolucionando rápidamente y en Cencosud buscamos estar atentos a las nuevas necesidades de nuestros clientes", señaló