PANORAMA RETAIL

SÍNTESIS DE LA ACTUALIDAD DEL **COMERCIO DETALLISTA**



PRESIDENTE HONDURAS

Juan Orlando Hernández

"Ahorro-Ferias El Lempirita se han posicionado como referencia de grandes cadenas de supermercados"

PRÓXIMO EVENTO

WORKSHOP WALMART
CIUDAD DE MÉXICO
26 de abril

Honduras
Somos para ti

ILACAD
WORLD RETAIL



ILACAD
WORLD RETAIL

STAFF

Frederic Gautier
CEO ILACAD World Retail

Maria Laura Raimondo
Retail Analysis Manager

Daiana Coronel
Villa Boleggi
Journalist & Retail Analyst

OFICINAS

Argentina - Buenos Aires
Tel: +5411 4954 2001

Brasil - São Paulo
Tel: +5511 5686 8789

Colombia - Bogotá
Tel: +57 (1) 601 4826

México - Ciudad de México
Tel: +5255 5525 5200

Europa - Francia
Tel: + 33 9 70406650

EN PORTADA

ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE HONDURAS 03
Juan Orlando Hernández

POR **PAÍS** 08

Colombia
México
China
Estados Unidos
España

INDICADORES DEL **RETAIL** 14

NUEVOS **PRODUCTOS** 17

EVENTOS Y **CAPACITACIONES**

AGENDA 18

WORKSHOP WALMART
CIUDAD DE MÉXICO
26 de abril

Descubre todo lo que tenemos preparado para ti en
www.ilacad.com



[*Entrevista exclusiva*]
PRESIDENTE DE HONDURAS

“AHORRO-FERIAS EL LEMPIRITA SE HAN POSICIONADO COMO REFERENCIA DE GRANDES CADENAS DE SUPERMERCADOS”

Entrevista exclusiva al Presidente de Honduras, Juan Orlando Hernández.

El presidente de Honduras, Juan Orlando Hernández, lanzó otra iniciativa estatal para ofrecerle a la población la opción de **comprar la canasta básica alimenticia a precios más bajos a través de las nuevas Ahorro-Ferias El Lempirita.**

En una entrevista exclusiva con ILACAD World Retail **conversamos con el presidente de Honduras, Juan Orlando Hernández, y el gerente general de la Suplidora Nacional de Productos Básicos (BANASUPRO), Luis Colindres**, sobre el posicionamiento de las tiendas estatales en el país, sus planes para continuar regulando los

precios del mercado y cómo continúan fortaleciéndose como **una nueva competencia para el retail moderno privado.**

¿Qué es Ahorro-Ferias El Lempirita?

Es una iniciativa comercial que promueve el gobierno de la República de Honduras, a través de la Suplidora Nacional de Productos Básicos, Banasupro, con el objetivo de acercar y de ofrecer a la población todos los productos de la canasta básica alimenticia a los precios más bajos del mercado.

¿Con qué objetivo se lanzaron?

Ahorro-Ferias El Lempirita tiene como objetivo primordial atender todas las familias hondureñas, sin distinción de clase social, ofreciéndoles una alternativa de compra de los productos de consumo esencial, garantizando que los precios que estas se ofrecen, están por debajo de los que se ofrecen en otros comercios.

¿Cuánto se ahorra un hondureño que compra en las Ahorro-Ferias El Lempirita?

Se está reportando entre un 10% y 15% de ahorro en comparación con otros comercios. Los precios son levantados y comparados por la Dirección de Protección al Consumidor, dependencia de la Secretaria de Desarrollo Económico.

«Comprar en Ahorro-Ferias El Lempirita significa un ahorro de hasta 15% frente a otros comercios»

Juan Orlando Hernández
Presidente de Honduras

¿Por qué un ciudadano podría preferir ir a una Ahorro-Feria frente a opciones de cadenas privadas?

El factor precio es determinante, la población esta ávida de productos de calidad a precios bajos, sabiendo que cada lempira cuenta. **Además, las Ahorro-Ferias El Lempirita ofrecen a la población una experiencia de compra cálida, con seguridad, amplios estacionamientos**, la participación de Recreovías para el sano esparcimiento de los pequeños de la casa, que se complementa con la oportunidad de poder degustar comidas típicas.

¿Quiénes son los productores u ofertantes que trabajan en las Ahorro-Ferias El Lempirita?

Paralelo a su objetivo principal, las Ahorro-Ferias El Lempirita, constituyen una plataforma comercial para todos los pequeños productores que no tienen un lugar donde ofrecer sus productos



Luis Colindres,
Gerente General de Banasupro

directamente al consumidor y que por años se han visto afectados por la innecesaria intercesión de intermediarios, cuyas gestiones solo contribuyen a encarecer el precio de los productos, afectando a consumidores, productores y al mercado en general por intervención en la especulación de precios.

Los productores se trasladan todos los fines de semana desde municipios y aldeas circunvecinas a las ciudades donde se llevan a cabo las Ahorro-Ferias El Lempirita, participa también Banasupro ofreciendo abarrotería y productos de consumo masivo, proveedores nacionales a gran escala y emprendedores que ofrecen a los compradores enseres elaborados por ellos mismos.

«Las Ahorro-Ferias El Lempirita cumplen el objetivo de actuar como reguladores de precios»

Juan Orlando Hernández
Presidente de Honduras

¿Qué productos se ofrecen?

Dentro de la oferta destacan **las frutas, verduras, granos básicos, cereales, abarrotería, lácteos, carne de res, carne de pollo, embutidos, panadería, comidas típicas y productos de temporada como útiles escolares y uniformes.**

¿Dónde están ubicadas?

Pensando en la densidad poblacional y en el impacto comercial que la iniciativa despierta, **se inauguraron cinco Ahorro-Ferias El Lempirita, ubicadas en las cinco principales ciudades del país: Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba, Comayagua y Choluteca.**

En relación a la especulación de precios y a la competencia que existe en el mercado, ¿Cuál es la filosofía de las Ahorro-Ferias El Lempirita?.

Las Ahorro-Ferias El Lempirita, cumplen el mismo objetivo que la Suplidora Nacional de Productos Básicos, Banasupro, de actuar como reguladores de precios de los productos de la canasta básica, participando y compitiendo en el mercado, mostrando en base a números el impacto positivo que representa en la economía de la familia hondureña, comprar en las Ahorro-Ferias El Lempirita.

Siendo las Ahorro-Ferias El Lempirita el complemento en cuanto a oferta de Banasupro y teniendo claro su objetivo, ¿Hacia dónde quiere llegar el gobierno y qué inquietudes despierta la competencia privada?

Históricamente este ha sido el gobierno que más se ha preocupado por la economía de los hogares hondureños y cumplimos el compromiso de incidir de manera positiva en el mercado. Con esta

«Las Ahorro-Ferias El Lempirita se han posicionado como referencia de grandes cadenas de supermercados»

Juan Orlando Hernández
Presidente de Honduras

sinergia comercial, se busca afianzar el tema de estabilización de los productos de la canasta básica manteniendo a raya la especulación de precios. En relación a la competencia, desconocemos su pensar, sin embargo **sabemos que tanto Banasupro, como las Ahorro-Ferias El Lempirita, se han posicionado como referencia de grandes cadenas de supermercados y macroferias de agricultura.**

Cuando hablas de las inquietudes que despiertan en la competencia privada e indicas: "Se han posicionado como referencia de grandes cadenas de supermercados", a qué te refieres? ¿Se consideran competencia de las grandes cadenas de supermercados?

Sabemos que son formatos diferentes, sin embargo, como iniciativa gubernamental cumplimos el objetivo de incidir en el mercado a través de nuestros precios.



Hemos tenido casos de éxito, en lo que se ha logrado estabilizar el precio de productos claves, como los huevos, donde se utilizaron las Ahorro-Ferias como el principal ofertante al precio más bajo a nivel nacional.

Siendo entonces un formato de feria, ¿con qué formatos del canal moderno o tradicional compiten estas Ahorro-Ferias?

Efectivamente, el formato es de Feria, con dos modelos de negocios, Ahorro-Ferias El Lempirita de punto estable, que se abren los viernes, sábado y domingo, dependiendo de la ciudad **y las Ahorro-Ferias Móviles,** que se desplazan en los departamentos circunvecinos con el objetivo de ampliar el rango de familias beneficiadas con los precios bajos de la iniciativa. **Competimos directamente con otras Ferias, bajo el mismo formato, sin embargo, el impacto económico que estas generan en el mercado, a través de la incidencia de precios, nos relaciona con los formatos de venta modernos.**

¿De dónde salen los precios bajos y cómo garantizan que estos son los más bajos del mercado?

Con el objetivo de garantizar el impacto positivo en el mercado y de incidir en la economía de las familias hondureñas, las Ahorro-Ferias El Lempirita trabajan en conjunto con la Dirección de Protección al Consumidor, dependencia de la Secretaría de Desarrollo Económico, realizando el levantamiento semanal de los de precios de los productos de la canasta básica en todos los comercios del país, detectando oportunidades de mejoramiento que se concretan con el ofrecimiento de productos con la misma calidad, pero a precio más bajo.



GRUPO ÉXITO ACELERARÁ LA EXPANSIÓN DE SUS TIENDAS DE DESCUENTO MEDIANTE

La compañía busca darle impulso al formato más exitoso de Colombia del último tiempo y enfrentar a cadenas como D1, Ara o Justo & Bueno.

El Grupo Éxito expandirá con mayor fuerza sus tiendas de descuento, el formato estrella de Colombia en el último tiempo, de la bandera Surtimax mediante el lanzamiento de un sistema de franquicias, lo que sería el puntapié ideal para la futura expansión acelerada de las tiendas de proximidad Éxito Express.

El plan es abrir entre 20 y 30 tiendas bajo el modelo de franquicia de Surtimax durante el primer semestre de 2017 en la ciudad de Bogotá. “Queremos expandirnos porque la compañía quiere seguir creciendo, hay nuevos actores entrantes en el mercado y queremos seguir ampliando el portafolio de opciones. Una primera alternativa fueron los aliados Surtimax”, aseguró Carlos Mario

Díez, vicepresidente operativo de retail del Grupo Éxito.

Conociendo el actual escenario colombiano, los "nuevos actores entrantes" huelen a Tiendas D1, Justo & Bueno y Jerónimo Martins, es por eso que la compañía utilizará su expertise y la de su accionista Grupo Casino para dar batalla al crecimiento sostenido y avasallante de las tiendas de descuento.

El programa piloto comenzó con tres tiendas en la capital del país y concluiría en mayo. Aliados Surtimax fueron las tiendas escogidas para probar la franquicia, ya que ya tenían algo del sistema. El almacenero compartía la marca pero su operación era más independiente. Ahora, Éxito brindará un manual de operaciones para estandarizar las franquicias y cuidar su emblema.

Cuestiones como la exhibición de los productos, la distribución dentro del almacén, la comunicación de precios serán algunos de los aspectos que se regularán. "Esto permitirá que el establecimiento opere en unas condiciones que no deterioren la marca", señaló Díez.

El Grupo Éxito será el proveedor del 90% de las mercancías de las franquicias, mientras que el 10% restante quedará a disposición del franquiciado. La decisión de desarrollar el negocio de franquicias por la capital y los municipios aledaños responde a la estructuración de un plan logístico que permita eficiencia y servicio de calidad a los nuevos aliados.

De aliados a franquiciados

El sistema de franquicias de Surtimax tendrá distintas etapas: la primera será trabajar con terceros; la segunda pretende profundizar la relación con actuales miembros del programa Aliados que quieran convertirse en franquiciados; más adelante habrá diversas opciones que van desde los empleados del Grupo Éxito hasta personas interesadas en emprender en el retail.

Está "la oferta a empleados nuestros dispuestos a hacer emprendimientos, que conozcan de la operación del comercio y que quieran incursionar en ese tipo de negocio, y a inversionistas unipersonales también. Va a haber un marco muy grande de posibles inversionistas para el negocio", explicó Díez.

Incluso, la compañía no descarta que en el desarrollo de la estrategia se consoliden las denominadas franquicias máster que implican la administración de más de una tienda. Si bien el franquiciado podrá proponer el lugar del local (de entre 100 y 200 metros cuadrados), la decisión final será del Grupo Éxito, para cuidar la estrategia y la marca Surtimax.

HEB INAUGURÓ UNA NUEVA TIENDA EN MÉXICO CON UNA INVERSIÓN DE $192 MILLONES

Es la segunda sucursal de la compañía en San Luis Potosí.

HEB inauguró su segunda tienda en carretera 57 en San Luis Potosí, con una inversión de 192 millones de pesos mexicanos, que ofrecerá, además de alimentos, departamentos de farmacia, consultorio médico, florería, cafetería, venta de ropa, zapatería.

CARREFOUR CHINA ABRIÓ SU TIENDA DE CONVENIENCIA NÚMERO 27 EN SHANGAI

La tienda opera bajo la bandera Easy y está ubicada en Long Dong Avenue.

Carrefour China inauguró su tienda de conveniencia número 27 en Shangai, China, bajo la bandera Easy, ubicada en Long Dong Avenue, que cuenta con una superficie de 332 metros cuadrados y ofrece más de 4.000 artículos.



WALGREENS BOOTS ALLIANCE ANUNCIÓ LA FORMACIÓN DE ALLIANCERX WALGREENS PRIME

Se trata de una compañía de servicios especializados de farmacia y correo central combinada.

Walgreens Boots Alliance anunció que Walgreens y el administrador de beneficios de farmacia Prime Therapeutics LLC completaron la transacción para formar una compañía central combinada de farmacias y servicios de correo, como parte de la alianza estratégica anunciada en agosto pasado, que se denominará AllianceRx Walgreens Prime, con sede en Orlando, Florida.

"Joel Wright, ex vicepresidente de división de soluciones especializadas de Walgreens, liderará AllianceRx Walgreens Prime como CEO, después de haber tenido numerosos cargos de liderazgo dentro de Walgreens durante los últimos 25 años", señaló la compañía.

AllianceRx Walgreens Prime administrará varias operaciones consolidadas de servicio de correo y de farmacia especializada central. Su plantilla de aproximadamente 3.000 empleados a nivel nacional estará formada por los actuales empleados de Walgreens y Prime, incluyendo aquellos que actualmente trabajan en la ubicación de Prime en Orlando.

DIA ESPAÑA SE REORGANIZA POR LÍNEAS DE NEGOCIO PARA SER MÁS EFICIENTE

La compañía busca adaptarse de manera más adecuada a su actual realidad, que es el de un retailer multimarca y multiformato.

DIA anunció la decisión de organizarse en España por líneas de negocio con el objetivo de adaptarse más eficientemente a la realidad de la compañía, que se ha convertido durante los últimos años en multiseña y multimarca. Por tal motivo se organizará por proximidad con DIA (Market y Maxi), supermercados con La Plaza de DIA, cuidado personal con tiendas Clarel, Cash & Carry con Max Descuento y el canal online.

"DIA se ha convertido, en los últimos años, en una compañía multienseña y multimarca, con un importante proceso de digitalización en curso. La nueva organización responde a esta realidad y se acerca más a las necesidades del cliente y de sus nuevas líneas de negocio", señaló la compañía.

La primera línea de dirección de Grupo DIA, encabezada por Ricardo Currás como Consejero Delegado, queda integrada por los siguientes directivos: Diego Cavestany, Antonio Coto, Juan Cubillo, Faustino Domínguez, Javier La Calle, Amando Sánchez, Fernando González, Ignacio Gosálbez, Alejandro Grande, Miguel Guinea, José Antonio Lombardía, Luís Martínez, Freddy Wu.

Asimismo, el Consejo de Administración de DIA ha acordado la creación de una nueva VicePresidencia no ejecutiva con la finalidad de reforzar el área de representación institucional y relaciones con los grupos de interés y, a su vez, facilitar un reparto más eficiente de las numerosas tareas desarrolladas hasta el momento por la Presidenta no ejecutiva y el actual Vice-Presidente del Consejo.

Para ocupar esta nueva Vice-Presidencia no ejecutiva, a la que se le da el rango de VicePresidencia primera, se ha designado a Don Richard Golding quedando Don Mariano Martín Mampaso como Vice-Presidente segundo.

Don Richard Golding y Don Mariano Martín Mampaso, presidentes de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones respectivamente, son miembros del Consejo de Administración desde la salida a Bolsa de DIA en julio de 2011.

CARREFOUR IMPLEMENTA UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN PARA PERSONAS SORDAS

Se trata de un sistema de video interpretación en lengua de signos para mejorar la comunicación de personas sordas en 77 tiendas de España.



Carrefour implementará un piloto de la herramienta SVIsual, ya utilizada en centros comerciales, en 77 hipermercados de España para posibilitar la comunicación fluida de personas sordas a través de un sistema de video interpretación de lengua de signos.

El servicio SVIsual es el primero de este tipo que existe en España, que permite la comunicación entre personas sordas y oyentes en tiempo real a través de un video intérprete que realiza las labores de interpretación solicitada por cada usuario y establece una comunicación fluida entre ambos gracias a una plataforma tecnológica que funciona como un centro de llamadas capaz de integrar simultáneamente audio y video.

El acceso a 'SVIsual' estará garantizado en las tiendas Carrefour, a través de dispositivos tecnológicos compatibles, como tablets, que se pondrán a disposición del usuario cuando lo solicite. Tanto Carrefour como la Fundación CNSE prevén instalar la herramienta SVisual en todos los hipermercados Carrefour de España a lo largo de este año 2017.

EVOLUCIÓN DEL RETAIL POR MERCADO

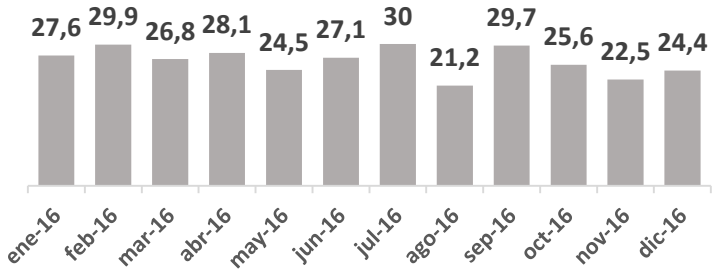
ARGENTINA

El último reporte de evolución de ventas de supermercados de **INDEC** en Argentina muestra un aumento en relación al mes anterior, aunque considerando la inflación, las ventas vienen cayendo en lo que va del año.

INFLACIÓN 2016: 40,3%

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE LOS SUPERMERCADOS INDEC

Variación mes x mes del año anterior



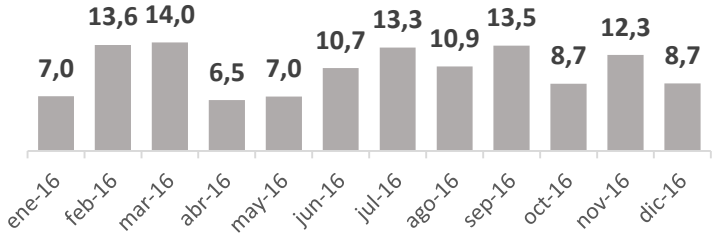
BRASIL

Las ventas de supermercados en el mercado brasileño mostraron una merma en el último mes del año reportado por **ABRAS**, sin embargo, no mantuvieron una tendencia estable durante todo el año sino que hubo variaciones mensuales dentro de la línea positiva.

INFLACIÓN 2016: 6,29%

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE LOS SUPERMERCADOS ABRAS

Variación mes x mes del año anteri



EVOLUCIÓN DEL RETAIL POR MERCADO

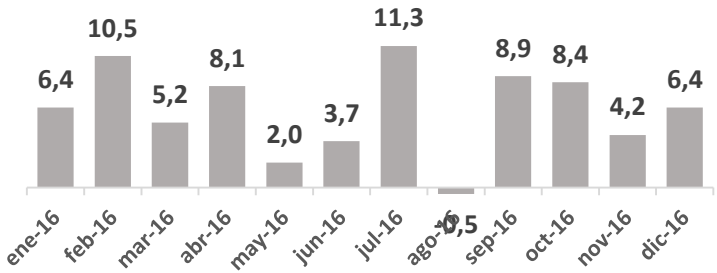
CHILE

El reporte del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (**INE**) mostró un avance en las ventas de supermercados del mes de diciembre con relación al mes anterior.

INFLACIÓN 2016: 2,7%

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE LOS SUPERMERCADOS INE

Variación mes x mes del año anterior



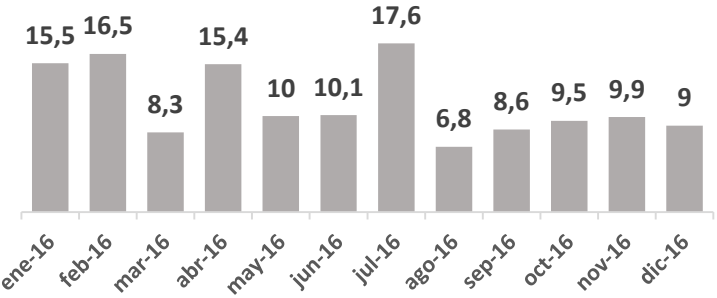
COLOMBIA

Las ventas de los supermercados del mercado colombiano, reportadas por el **DANE**, mostraron una caía en el último mes del año y se mantuvo lejos del pico de 17,6% registrado en julio de 2016.

INFLACIÓN 2016: 5,75%

CRECIMIENTO NOMINAL SUPERMERCADOS DANE

Variación mes x mes del año anter



EVOLUCIÓN DEL RETAIL POR MERCADO

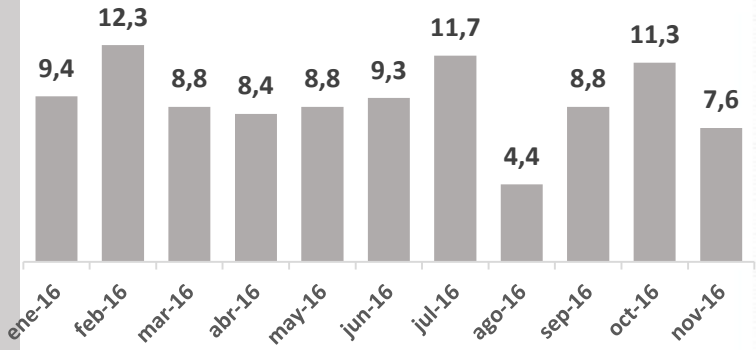
MÉXICO

Tras el abrupto quiebre de las ventas de los supermercados asociados a **ANTAD**, la tendencia se mantuvo por encima de los 7 puntos porcentuales.

INFLACIÓN 2016: 3,36%

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE LOS SUPERMERCADOS ANTAD

Variación mes x mes del año anterior



PAMPERS LANZÓ NUEVOS PAÑALES CON CANALES EXTRA SEC PODS

Pampers lanzó una "nueva generación de pañales" llamados Pampers Extra Sec Pods, con tres canales extra absorbentes que retienen y distribuyen el líquido con mayor eficiencia. Los nuevos pañales vienen en presentación de 46 unidades.



ALEN LANZÓ EL PRIMER SUAVIZANTE DE ORIGEN VEGETAL



Alen lanzó el nuevo Suavizante de Telas Ensueño Max Frescura Primaveral, el primer suavizante de origen vegetal, ya que no contiene grasa animal. El nuevo suavizante viene en presentación de 850 ml.

ALPINA LANZÓ LA PRIMERA BEBIDA LÁCTEA CON ALOE

Alpina lanzó la primera bebida láctea con aloe, que cuenta con "todo lo rico del aloe y lo alimenticio de la sábila".
La bebida es cremosa enriquecida con fibra e incluye cristales de sábila.



Cronograma América Latina 2017 *

CAPACITACIONES Y SEMINARIOS

Fecha	Lugar	Tema
27 y 28 de abril	Ciudad de México	KAM1 : Análisis & Plan Comercial por Cuenta Clave
7 y 8 de junio	Ciudad de México	KAM2 : Estrategias y Negociación con Cuentas Claves
27 y 28 de septiembre	Ciudad de México	CATEGORY MANAGEMENT PROCESS

* Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.

WORKSHOPS Shopper Key Accounts

Fecha	Lugar	Tema
26 de abril	Ciudad de México	Shopper Key Accounts de Walmart (Hiper y Superama) 2017
12 de mayo	Ciudad de México	Shopper Key Accounts de Chedraui (Hiper, Super y Selecto) 2017
21 de junio	Ciudad de México	Shopper Key Acounts de Soriana (Hiper, Super y Mercado) 2017
17 de agosto	Ciudad de México	Shopper Key Accounts Bodega Aurrerá
11 de octubre	Ciudad de México	Shopper Key Accounts Regionales: Ley, HEB, Calimax
22 de noviembre	Ciudad de México	Shopper Key Accounts de Mayoristas: Zorro, Scorpion, MZ



ILACAD World Retail

info@lacad.com www.ilacad.com