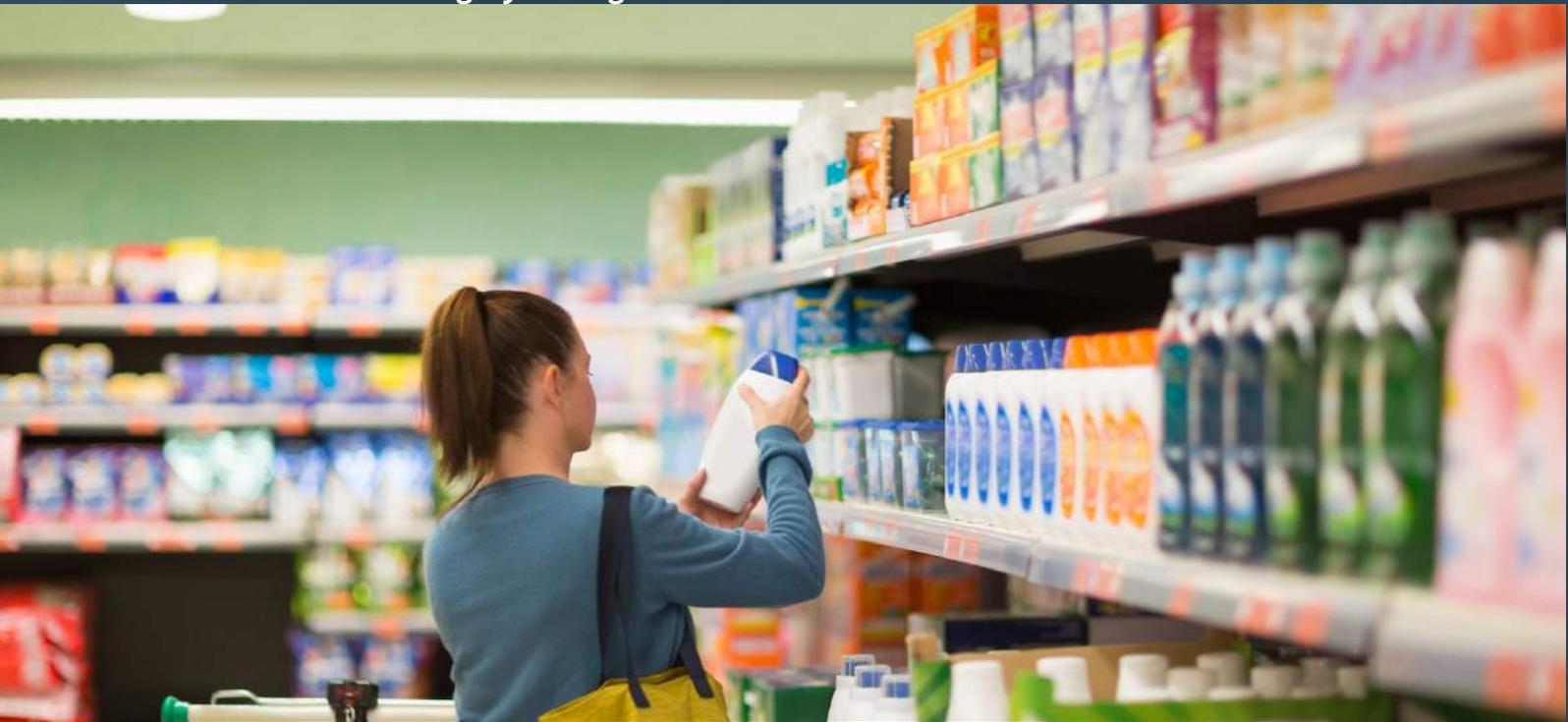


Edición 1203

PANORAMA ^{25 años} RETAIL

La revista de Retail & Category Management



LAS TENDENCIAS DEL RETAIL 2023: categorías, e-commerce, marcas propias, orgánicos y fidelización



WEBINAR SHOPPER: HEB

Jueves 1^a de junio, 10 a. m.
Hora México

¡TE DECIMOS CÓMO PARTICIPAR! <<



Impartido por
Frédéric Gautier & Carla Piña





STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 04** Tendencias del retail en 2023

Retail & Catman News

- 06** Las principales noticias del retail & catman

Novedades OPENCatman

- 10** Nuevas funcionalidad: Descargar proyectos

Agenda

- 11** Próximos eventos & cursos



LA MEMBRESÍA SHOPPER OMNICANAL

MÉXICO 2023

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 que visita tu Shopper

Con base a nuestro know-how de más de 25 años de focalizarnos en el análisis del comportamiento de compra del Shopper en América Latina, hemos concebido para México un único programa que provee información detallada del Shopper en cada Canal, Formato y Cadena que visita y la presentamos a nuestros clientes en forma de Webinars, con el fin de acompañarlos en el ejercicio de detección de oportunidades para cada una de estas opciones de compra.

¿Qué incluye la Membresía Shopper Omnicanal?



Perfil del Shopper de +60 cadenas de México

Lectura sintética de las actitudes y del comportamiento del Shopper de los diferentes Canales, Formatos y Cadenas de México.



Webinars Shopper de las principales Cadenas

Más de 30 sesiones online destinadas a comprender las fuerzas y oportunidades de las principales cadenas de México.

¿Qué Cadenas contempla la Membresía Shopper Omnicanal?

- Grupo Walmart
- Grupo Soriana
- Grupo Chedraui
- Grupo HEB
- Grupo Ley
- Grupo La Comer
- Waldo's
- Tiendas 3B
- Tiendas Neto
- Calimax
- El Zorro
- Merza
- Dunosusa
- Oxxo
- 7Eleven
- Tiendas Six
- Modelorama
- Circle K
- Farmacia Guadalajara
- Farmacia Similares
- Farmacias del Ahorro
- Farmacias Benavides
- Farmacia Yza
- Farmacia San Pablo
- Mercado Libre
- Amazon
- Rappi
- Bodega Aurrera.com
- Walmart.com
- Sam's Club.com
- Soriana.com
- Costco.com

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LOS #MIEMBROSILACAD?



...y más Cadenas.

LAS TENDENCIAS DEL RETAIL

Categorías, e-commerce, marcas propias, orgánicos y fidelización



Este mes, la Asociación Brasileña de Supermercados presentó su conocido Ranking ABRAS, que reúne a las principales empresas minoristas del país, recopilando información relevante sobre temas estratégicos del retail de alimentos, con el objetivo de monitorear las tendencias, presentando los caminos y direcciones hacia donde se se dirige, sabiendo qué apuestas son correctas y cuáles deben evitarse.

Si bien los datos recopilados pertenecen a empresas con presencia en Brasil, observamos que dichas tendencias no difieren de lo que vemos a nivel Latinoamérica. Por lo cual, es pertinente considerar los análisis presentados a continuación.

Categorías

Uno de los principales análisis se refiere a la participación de las categorías en la composición de los ingresos del sector, cuyo mayor peso se encuentra en los comestibles secos, una sección muy amplia que concentra artículos indispensables y esenciales para la vida diaria de los consumidores.

En 2022, esta categoría representó el 26,9% de las ventas, con un ligero aumento en relación a la encuesta anterior.

eCommerce

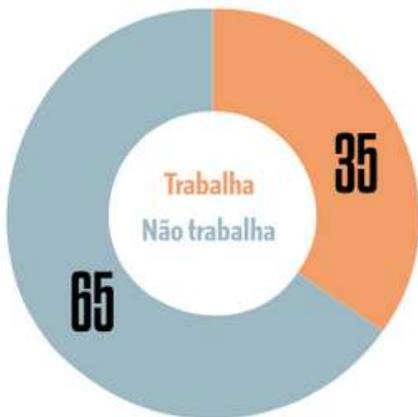
La actual edición del Ranking ABRAS revela que el 35% de los supermercados están trabajando con comercio electrónico, y que el 2,1% es lo que representan las ventas en el grupo de las 50 principales cadenas minoristas de Brasil.

La encuesta, por tanto, midió cómo se están moviendo las empresas de supermercados en este campo y encontró que el 61,7% de las empresas opera a través de plataformas de comercio electrónico, el 24,2% trabaja con aplicaciones de entrega y el 14,1% vende a través de mercados.

Las categorías más compradas en el comercio digital son: abarrotos secos (25%), abarrotos líquidos (16%), carnicería (9%), FLVO (8%), perecederos industrializados (7%) y electrónica (7%).

Presença do comércio eletrônico

Representa 2,1% das vendas deste grupo

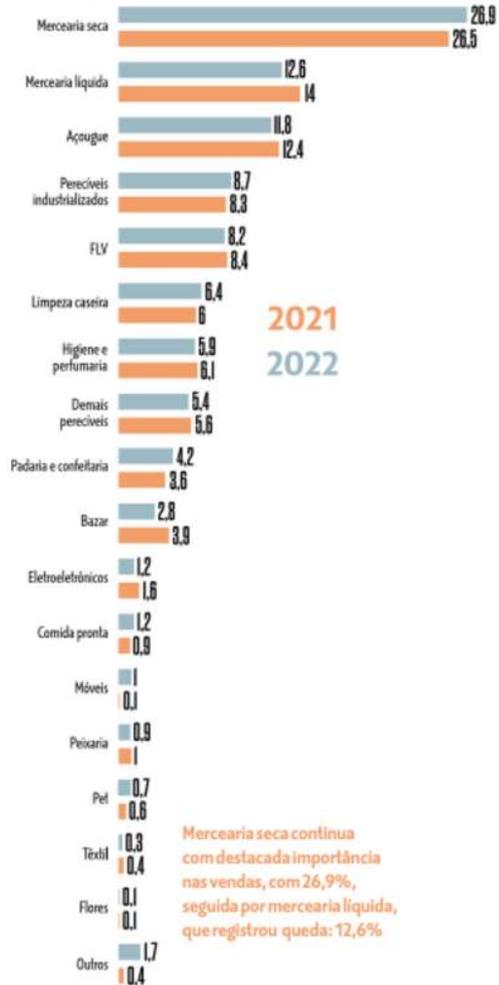


Modalidade da venda digital



ranking 2023 | análises especiais

Participação das seções sobre o faturamento (%)



Mercearia seca continua com destacada importância nas vendas, com 26,9%, seguida por mercearia líquida, que registrou queda: 12,6%

Nichos de mercado em crescimento

La importancia de los productos de marca privada para los consumidores se mantuvo estable en un 6% en esta encuesta más reciente del Ranking ABRAS, repitiendo la tasa de los últimos años. Actualmente, el 21% de los minoristas trabajan con algún tipo de marca propia.

Otro segmento monitoreado es el de artículos importados, que ha sido explorado por el 32% de los supermercados, con predominio en alimentos y bebidas. Solo estos dos segmentos, en conjunto,

representaron el 57% de los artículos importados vendidos.

Finalmente, entre los nichos que han ganado popularidad en los últimos años, se destacan los productos orgánicos, vendidos por el 36% de los supermercados participantes del Ranking ABRAS. Dentro de este universo, el 62% de los productos orgánicos vendidos son industrializados y el 38% son in natura.

ranking 2023 | análises especiais

Trabalha com produtos orgânicos? (%)



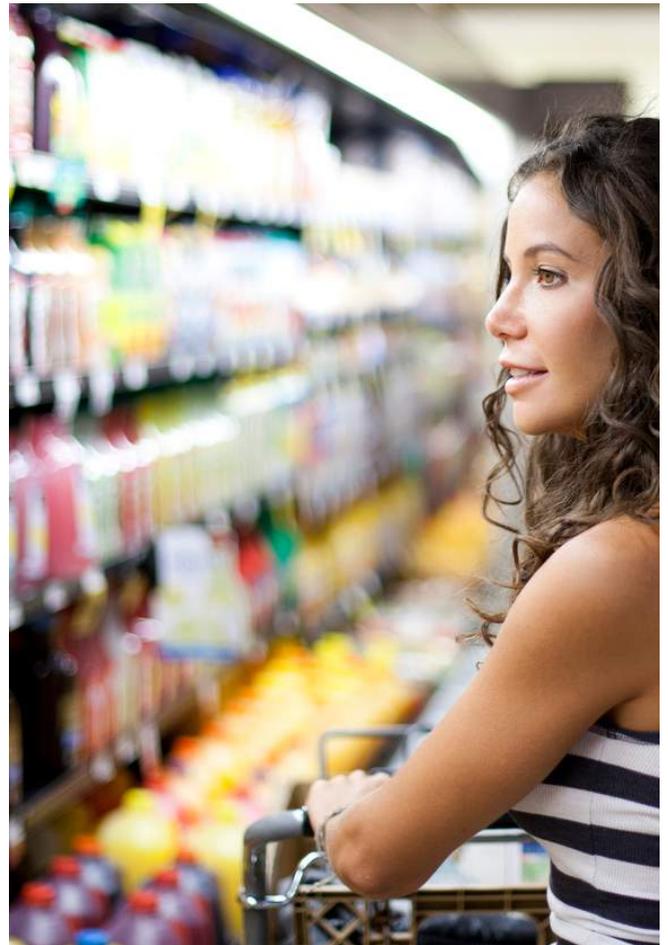
Participação nas vendas dos produtos orgânicos



Foto: Ranking ABRAS (Supermercado - São Paulo)

Diversificación de negocios

Con la fuerte digitalización, los supermercados comenzaron a utilizar la multicanalidad para hablar y relacionarse con sus clientes a través de programas de



fidelización. Los supermercados que adoptan esta estrategia ofrecen ventajas a sus clientes que realizan compras recurrentes en sus establecimientos, como una forma eficiente de fidelizar a los clientes, haciendo más duradera la relación con la marca del minorista.

De las empresas de supermercados que respondieron a la encuesta del Ranking ABRAS, el 43,9% respondió que tiene un programa de fidelización en 2022, mostrando un aumento significativo en comparación con la investigación anterior (31,1%).

De los programas utilizados, los más importantes para las empresas de supermercados son, con el mismo grado de importancia, la aplicación de descuentos y la tarjeta de fidelización, ambos con un 49,7% de participación. Seguido del 39,5% de participación en el programa de fidelización.

RETAIL & CATMAN News

OXXO anunció la renovación de sus tiendas con foco en la digitalización y automatización

OXXO anunció que llevará a cabo la renovación de sus tiendas con foco en la digitalización y automatización, y presentó su nuevo modelo de servicio en tiendas, el cual contará con la tecnología necesaria para simplificar y automatizar la experiencia de los clientes y colaboradores, generando más experiencias memorables.

En cuanto al servicio al cliente, estas tiendas tendrán:

- Pantallas y banners digitales que buscan mejorar la comunicación con sus consumidores.
- Método de pago sumando 4 cajas de autocobro que permitirán mayor agilidad a sus clientes para realizar sus compras.
- Digitalización a través de pantallas que ofrecerán el menú O'Sabor.
- Evolución de la propuesta de valor de café andatti, al utilizar tecnología que automatiza y garantiza la frescura, calidad y un café molido al momento.



Grupo Mateus supera al GPA y se convierte en la tercera cadena de retail más grande de Brasil

Con ingresos récord de R\$ 24,8 mil millones, registrados en el 2022, el Grupo Mateus ganó la tercera posición entre las cadenas minoristas de todo Brasil, según la 46ª edición del ranking de la Asociación Brasileña de Supermercados (Abrás), desplazando hasta el 4to lugar al GPA, propietaria de los supermercados Pão de Açúcar.

El fundador y presidente del Consejo de Administración del Grupo Mateus, Ilson Mateus, atribuyó el logro a mucho trabajo y planificación. También agradeció a los empleados, proveedores e inversionistas por su desempeño. "Es un momento de gran agradecimiento. Doy gracias a Dios por esta victoria, al equipo del Grupo Mateus que hace la diferencia, proveedores e inversionistas, que son nuestros pilares fundamentales y creen en la seriedad de nuestro trabajo", dijo Ilson Mateus.

En 2022, la utilidad neta de la Compañía también rompió un récord, superando los R\$ 1 mil millones, un crecimiento del 38,5% en comparación con el año anterior. Durante el período, el Grupo Mateus llegó a cinco nuevos estados: Pernambuco, Paraíba, Sergipe, Alagoas y Paraíba. Actualmente, hay más de 500.000 m² de área de ventas en nueve estados brasileños, con 235 tiendas en operación.





Lidl invierte 50 millones de euros en la digitalización de sus tiendas en España

Lidl, una de las principales cadenas de supermercados en España, ha anunciado una importante inversión de 50 millones de euros destinada a la digitalización de sus tiendas en todo el país. Tras una exitosa prueba piloto en Zaragoza, la compañía se prepara para implementar la cartelería electrónica en sus 650 supermercados a lo largo del presente año y el próximo.

Esta nueva estrategia supone un paso significativo hacia la modernización de los establecimientos de Lidl, ya que reemplazarán los tradicionales paneles de precio y descripción de productos por carteles digitales conectados a un sistema centralizado. Estos dispositivos permitirán transmitir rápidamente información precisa sobre los productos, como su descripción y precio actualizado en tiempo real.

CREA Y COMPARTE

GRATUITAMENTE

TUS PLANOGRAMAS



CREA TU CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



El 46% de los consumidores en México abraza la tendencia “phygital”

Un reciente estudio llevado a cabo por la firma Pwc revela que el 46% de los consumidores en México se inclinan por la experiencia phygital, fusionando los canales digitales y físicos en su proceso de compra. El informe, titulado "Global Consumer Insights Pulse Survey", exploró el perfil del consumidor mexicano y reveló interesantes tendencias en sus hábitos de consumo.

La investigación, realizada en noviembre de 2022, recopiló respuestas de más de 9.810 consumidores en todo el mundo, de los cuales 217 eran mexicanos. Uno de los hallazgos destacados es que el 46% de los consumidores en México valora la opción de utilizar el sitio web o la aplicación móvil en el punto de venta físico para verificar la disponibilidad de los productos que desean adquirir.



Falabella.com expande su catálogo con miles de productos de Asia y EE. UU.

Falabella.com, el marketplace que reúne los catálogos de tiendas reconocidas como Falabella, Sodimac, Tottus y Linio, así como miles de emprendedores, ha anunciado la inclusión de más de 5 mil nuevos productos internacionales provenientes de más de 40 empresas con base en Asia y Estados Unidos. Esta expansión tiene como objetivo brindar a los usuarios peruanos una experiencia de compra más diversa y completa, ofreciendo productos exclusivos que complementan el portafolio local.

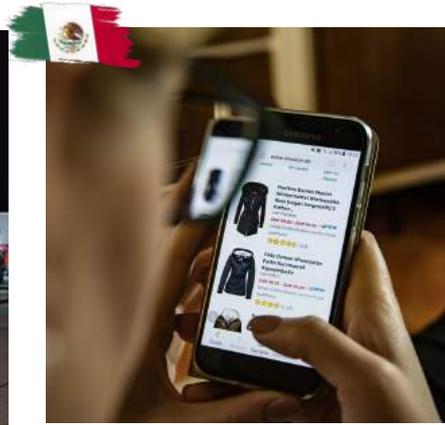
Natalia Mazuelos, gerente de Marketplace Internacional en falabella.com, mencionó que la integración de Linio a la plataforma ha permitido la inclusión de un amplio portafolio de productos internacionales en categorías como tecnología, belleza, accesorios y hogar.



Nueva alianza estratégica: Shell y Puma Energy se unen para el mercado hondureño

Shell, reconocido como el minorista de movilidad más grande del mundo, se adentrará en el mercado minorista de combustible de Honduras en el segundo trimestre de este año gracias a una colaboración estratégica con Puma Energy. Mediante el Acuerdo de Licencia de Marca Minorista, los consumidores hondureños podrán disfrutar de la cartera de combustibles y lubricantes premium de Shell, así como de una amplia gama de opciones en combustibles de bajas emisiones y servicios minoristas en tiendas de conveniencia.

Las primeras estaciones en adoptar la marca Shell estarán ubicadas en Tegucigalpa y San Pedro Sula, con el objetivo de establecer una sólida presencia nacional que abarque 100 tiendas a lo largo del tiempo. Además de la red de estaciones Shell, Puma Energy seguirá operando su propia red de sitios en Honduras que ofrecen sus productos.



Cambio estratégico en Cencosud: la familia Paulmann traslada su gestión financiera a Londres

La familia Paulmann Koepfer, propietaria de Cencosud, ha tomado la decisión de trasladar la gestión financiera de la empresa desde Chile a una sede en Londres, marcando un cambio significativo en la dirección estratégica del grupo.

La sociedad controladora ahora operará bajo el nombre de PK One Limited, acogiendo las iniciales de los apellidos de los cuatro miembros de la familia Paulmann Koepfer. La banca chilena ha dado su autorización para este cambio, que ha sido revelado recientemente a través de los estados financieros de Cencosud.

Este movimiento representa una transición importante en la estructura de la compañía, con Horst Paulmann Kemna y sus tres hijos, Peter, Heike y Manfred Paulmann Koepfer, liderando la decisión.

La cadena Cooperativa Obrera expande su presencia a la provincia de Córdoba

Cooperativa Obrera, la cadena de supermercados con casi 150 sucursales en todo el territorio argentino, inauguró su primer gran establecimiento en Villa María. El nuevo local ocupará el antiguo espacio que solía pertenecer a Libertad y, más tarde, a Híper AMMA. Además, la empresa ha establecido un espacio de diálogo con diversas organizaciones en Córdoba, con el objetivo de instalar un centro de distribución en la zona.

Esta apertura representa la sucursal número 146 de la Cooperativa Obrera en el país, pero la primera en la provincia de Córdoba. Con su presencia en siete provincias, la Cooperativa Obrera se ha consolidado como un actor importante en el mercado minorista argentino.

México se posiciona entre los 5 países del mundo con mayores ventas de e-commerce

En el marco del eRetail Day México Blended [Professional] Experience, organizado por eCommerce Institute, de la mano de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), se reveló que México se ha posicionado entre los cinco países con mayores ventas de e-commerce a nivel mundial, logro que destaca el crecimiento y la relevancia del comercio electrónico en el país.

Como parte del evento, se llevó a cabo la entrega de los eCommerce Awards México 2023, reconociendo a las empresas líderes de la industria del comercio digital. Estos premios destacaron la labor destacada de las compañías en diferentes categorías, resaltando su contribución al crecimiento y desarrollo del e-commerce en México.

OPENCatman

Interactive Category Management

Nueva función para "Comprimir productos"

Si no caben los productos en el espacio asignado, los pueden comprimir!

Para ello, dos etapas son necesarias:

1. Definir la compresión posible en los productos

Boton derecho -> Datos Físicos del producto, yendo debajo del POPup con el Scroll.

Editar datos físicos

Al guardar se generará una nueva versión del producto.

Datos físicos | Imágenes | Versiones anteriores

Fabricante: Mennem | Peso / Volumen / Unidades

Presentación en caja multiproductos

Compresión máxima

Alto* 0 % | Ancho* 0 %

Profundidad* 10 %

Esta definición se puede cargar también desde Excel para múltiples productos (Usuarios PRO).

Editar el modo de disposición de los productos

Frentes

Frentes horizontales*	Frentes verticales*	Total de frentes	Capacidad teórica
2	1	2	28

Compresión

Ancho* 0 % | Alto* 0 % | Profundidad* 0 %

Orientación y Presentación

Orientación del producto*: Frente | Modo de presentación del producto*: Por unidad

Aceptar | Cancelar

2. Asignar la compresión:

Una vez dispuestos en el estante, vayan a Display, y definan la compresión a aplicar, hasta el límite definido en la etapa 1.

AGENDA 2023

Membership Shopper México



Shopper HEB

1° de junio



Shopper Walmart Express

8 de junio

Shopper Sam's Club

15 de junio

Shopper Chedraui

22 de junio

Shopper Soriana Mercado

29 de junio

Shopper Bodega Aurrera

6 de julio

Shopper Canal eCommerce

13 de julio

Shopper Bodega Aurrera Express

20 de julio

Shopper Oxxo

27 de julio

Shopper Casa Ley

3 de agosto

Shopper Tiendas Neto

10 de agosto

Shopper Farmacia Benavides

17 de agosto

Shopper 7Eleven

31 de agosto

Shopper El Zorro

24 de agosto

Shopper Soriana Express

14 de septiembre

Shopper Costco

7 de septiembre

Shopper Farmacias del Ahorro

28 de septiembre

Shopper Tiendas 3B

21 de septiembre

... y mas cadenas.
[descarga la agenda completa.](#)

