Edición 1205

PANORAMA RETAIL

25 años

La revista de Retail & Category Management



RANKING HUELLA DE CARBONO:

Estos son los 4 e-commerce más contaminantes de LATAM





STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

04 Huella de carbono: Los e-commerce más contaminantes de Latam

Retail & Catman News

09 Las principales noticias del retail & catman

Novedades OPENCatman

13 Nuevas funcionalidad: Comprimir productos

Agenda

14 Próximos eventos & cursos

ILACAD WORLD RETAIL

MEMBRESÍA SHOPPER ILACAD

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, Formado 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?

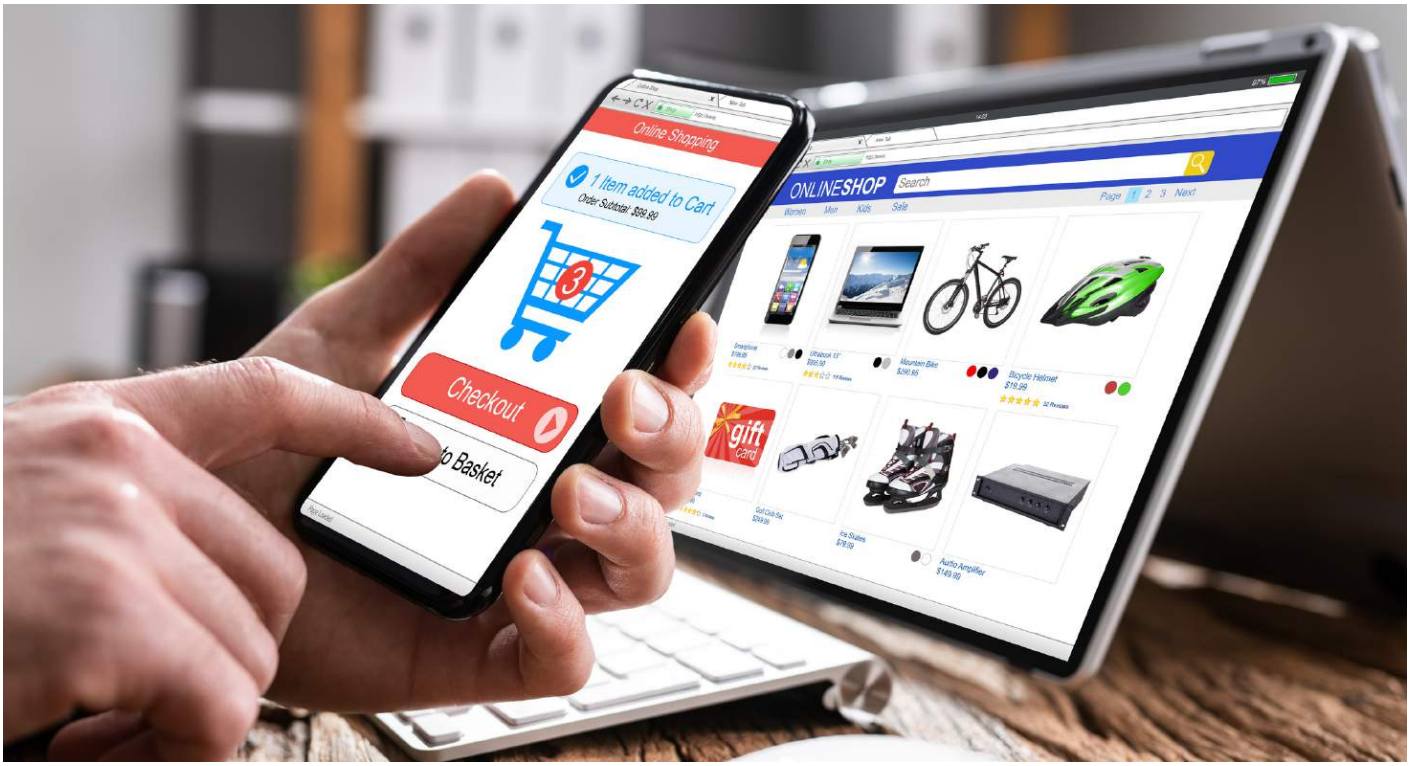
- Grupo Walmart
- Grupo Soriana
- Grupo Chedraui
- Grupo HEB
- Grupo Ley
- Grupo La Comer
- Waldo's
- Tiendas 3B
- Tiendas Neto
- Calimax
- El Zorro
- Merza
- Dunosusa
- Oxxo
- 7Eleven
- Tiendas Six
- Modelorama
- Circle K
- Farmacia Guadalajara
- Farmacia Similares
- Farmacias del Ahorro
- Farmacias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

...y más Cadenas.

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LOS #MIEMBROSILACAD?

RANKING HUELLA DE CARBONO

Estos son los e-commerce más contaminates de LATAM



Mucho se ocupan las empresas en la actualidad del cuidado del medio ambiente, sin embargo, ¿están siendo cuidadosas con la huella de carbono de sus sitios web?

Sí, la comunicación digital no está por fuera del impacto en el planeta. ¿Sabías que si internet fuera un país sería el tercer mayor consumidor de electricidad del mundo, después de China y Estados Unidos?

Se estima que, en promedio, una página web estándar produce 0.5 gramos de CO2 por visita. Para tener una mayor idea, esto significa 60 kilos de CO2 al año para una web con 10.000 páginas vistas al mes.

Para calcular la energía y emisión de una página web, Wholegrain Digital, la agencia sustentable de Londres de WordPress, utiliza los siguientes datos:

-Transferencia de datos por cable
-Intensidad energética de los datos web
-Fuente de energía utilizada por el centro de datos
-Intensidad de carbono de la electricidad
-Tráfico del sitio web
-Transferencia de datos por cable
-Cuando se carga un sitio web, la energía utilizada es



aproximadamente proporcional a la cantidad de datos transferidos. Se miden los datos transferidos por cable cuando se carga una página web y se multiplican por los datos de uso de energía que tienen. También realizan un ajuste para los visitantes repetidos que pueden tener activos del sitio web almacenados en caché en sus dispositivos.

Con la información obtenida de websitecarbon.com, analizamos la huella de carbono de las páginas web de los 30 principales retailers de América Latina y realizamos un ranking para indicar cuáles son las empresas que deberían actuar ahora mismo para reducir su impacto ambiental y cuáles destacan por ser las páginas más limpias.

Grupo Éxito (sitio corporativo), Falabella Chile, Rappi Colombia y Cencosud Latam (sitio corporativo) son las empresas con websites más contaminantes, generando 4.23, 4.15, 1.99 y 2.10 gramos por visita, respectivamente. Estas emisiones de CO2, las convierten en webs más sucias que las testeadas en un 97%, 96% y 89%.

El listado sigue con: Rappi México, Jumbo Chile, Carrefour y Jumbo Argentina, Falabella Perú, Amazon México, Linio y Éxito (e-commerce) Colombia, Sam´s Club México, Pao de Azúcar y Carrefour Brasil, Walmart México y Centroamérica (corporativo), Plaza Vea Perú, Jumbo Colombia, Falabella Latam (corporativa), Carulla Colombia, Soriana México, Assaí Brasil.

LOS RETAILERS MÁS CONTAMINANTES DE LATAM

ILACAD WORLD RETAIL

#	País	Empresa	% más contaminante que otras webs	CO2 emitido x visita
1		Grupo Éxito	97 %	4.23 g
2		Falabella	96 %	4.15 g
3		Rappi	89 %	1.99 g
3		Cencosud	89 %	2.10 g
4		Rappi	87 %	1.75 g
4		Jumbo	87 %	1.80 g
5		Carrefour	82 %	1.36 g
6		Jumbo	78 %	1.09 g
6		Falabella	78 %	1.09 g
7		Amazon	77 %	1.06 g
8		Linio	74 %	0.98 g
8		Éxito	74 %	0.96 g
9		Sam´s Club	72 %	0.90 g
10		Pao de Acúcar	70 %	0.85 g
11		Carrefour	69 %	0.83 g
11		Walmex	69 %	0.82 g
12		Plaza Vea	68 %	0.77 g
13		Jumbo	66 %	0.75 g
14		Falabella	65 %	0.73 g
14		Carulla	65 %	0.72 g
15		Soriana	58 %	0.59 g
16		Assaí	53 %	0.52 g

Fuente: ILACAD con datos de websitecarbon.com

:Sitio corporativo

Ahora bien, si analizamos las webs más limpias de América Latina, destacan GPA Corporate, siendo un 78% más limpia que el resto de los sitios testeados y emitiendo 0.21 gramos por cada visita recibida. Le sigue el sitio de e-commerce de Walmart México, al ser un 76% más limpia y emitir 0.23 gramos por visita. Detrás se ubica Mercado Libre México y Argentina, compartiendo la cuarta posición con una emisión de 0.24 g por visita y un 74% más limpia que los sitios probados a nivel global.



¿Qué pueden hacer los retailers para reducir su huella de carbono?

Los especialistas mencionan que hay tres grandes formas de hacer los sitios web más eficientes y menos contaminantes.

Primero deberían reducir el peso (en KB) de los sitios web, lo que trae beneficios adicionales como tiempos de carga más rápidos, lo cual mejora la experiencia de usuario y SEO, e igual reduce el uso de datos para usuarios con conexiones limitadas.

Para reducir el peso de los sitios web, algunos pasos son:

1. Escribir códigos más limpios y eficientes.
2. Usar gráficos de vectores y efectos CSS con archivos mucho más pequeños que usando imágenes tradicionales como JPEG y GIF.
3. Subir imágenes a una escala, en lugar de depender de que CSS las cambie de tamaño.
4. Pasar la carga de archivos media pesados a proveedores externos que sean ecológicos.
5. Comprimir archivos, imágenes y videos para reducir los tamaños de los archivos sin una pérdida visible de calidad.
6. Evitar utilizar videos que se autoreproducen.
7. Minimizar las fuentes personalizadas.
8. Tomar la decisión de no soportar navegadores antiguos como IE8 y solo utilizar fuentes de sitios web modernos, como WOFF y WOFF2, los cuales utilizan mejores métodos de compresión.
9. Reducir los scripts de rastreo y de publicidad, los cuales consumen datos sin ofrecer un valor real al usuario
10. Utilizar soluciones móviles para simplificar de forma instantánea la versión actual de un sitio web.

La segunda acción realizable para reducir la transferencia de datos, es bajar el número de veces que las páginas son cargadas. Mejorando el SEO y la experiencia de usuario se puede reducir significativamente el número de rebotes, mientras que al mismo tiempo haríamos más sencillo el trabajo al usuario para encontrar información que realmente necesita, requiriendo menos pasos, queriendo decir que un sitio web puede brindar el mismo nivel de valor con una menor cantidad de visitas a la página.



Por último, es importante elegir el proveedor de hosting correcto. Muchos proveedores de hosting usan electricidad de la red estándar de energía eléctrica y normalmente tienen poco conocimiento sobre la procedencia de esa energía. Hay un creciente número de proveedores de hosting, que compran energía renovable para sus centros de datos y como resultado, cuentan con menores emisiones de carbono.

RETAIL & CATMAN *News*



Supermercados Bravo lidera el mercado online con un 40% de sus ventas a través de su app

Supermercados Bravo, una cadena líder en República Dominicana, continúa fortaleciendo su presencia en el ámbito digital con el lanzamiento de su exitosa aplicación móvil en 2021. Con un enfoque en brindar un servicio más completo a sus clientes, la compañía ha logrado consolidarse como líder del comercio electrónico en el país, alcanzando un impresionante 40% de sus ventas totales a través de su plataforma online.

Miguel Rossi, gerente de eCommerce de Supermercados Bravo, destacó la importancia estratégica de su app en la expansión de su negocio. "Ya teníamos una sólida plataforma digital para el eCommerce, pero con el lanzamiento de nuestra aplicación móvil, hemos logrado captar la atención y lealtad de nuestros clientes, posicionándonos en el primer lugar del mercado", afirmó.

Cencosud Argentina lanza Jumbo Prime, su nueva membresía para compras presenciales y virtuales



En línea con las tendencias del mercado retail, Jumbo y Disco lanzan Jumbo Prime: se trata de una membresía dentro del programa de Fidelidad Jumbo+, que permite disfrutar de beneficios exclusivos en todas las compras presenciales y digitales en Jumbo y Disco.

Para acceder a la membresía, los clientes deberán registrarse en Jumbo Prime, y podrán hacerlo de forma gratuita durante 15 días. Luego de este período, el costo mensual de la membresía es de $699. Asimismo, socios que elijan pagar con Tarjeta Cencosud tendrán un 50% de descuento en los primeros tres meses en el cobro de su suscripción.

“Trabajamos continuamente para brindar una experiencia de compra distintiva. En este sentido, Jumbo Prime se suma a las diversas y variadas iniciativas que ofrecemos desde Jumbo y Disco, de forma de continuar acercando propuestas atractivas, innovadoras y únicas que se adaptan a los requerimientos de nuestros clientes y consumidores”, destacaron desde Supermercados Cencosud.



La inflación impacta la lealtad de los consumidores y aumenta los riesgos de fraude, revela informe

El reciente informe Retail 2023 publicado por Adyen, en colaboración con el Centre for Economic and Business Research (CEBR), ha revelado que la inflación está generando cambios significativos en el comportamiento de los consumidores y presentando desafíos para los minoristas a nivel global. Según el informe, dos de cada cinco minoristas han experimentado una disminución en la lealtad de sus compradores, lo que ha llevado al 48% de los negocios a ofrecer descuentos no solo en temporadas específicas, sino de forma continua.





Walmart Chile lanza nueva solución para potenciar a proveedores de cara a sus clientes

Walmart presentó Walmart Connect, solución de publicidad omnicanal que conecta a los proveedores y sellers de la compañía con sus clientes, dándoles la posibilidad de potenciar sus productos gracias a la gran cantidad de información recopilada a través de los canales de venta online y offline de la supermercadista.

El VP de Walmart Tech, Eli Senerman, destacó que la llegada de Walmart Connect da cuenta del interés de la compañía por poner a Chile a la par de los servicios que se ofrecen en otros mercados. “Si hace tres años, todos nuestros esfuerzos apuntaban a transformarnos en un retail 100% omnicanal, hoy estamos enfocados en desarrollar en Chile un sólido ecosistema de servicios, que trascienden a nuestro rol abastecedor”, explicó.



Bodega Aurrera democratiza la compra online en México: El 63 % de sus clientes son de NSE bajo

Bodega Aurrera, la cadena de bodegas de Walmart en México, ha logrado democratizar la compra online al hacerla accesible para un gran número de personas pertenecientes a los niveles socioeconómicos (NSE) bajos. Según datos proporcionados por el Estudio Shopper Omnicanal México 2023, el 65% de los compradores de Bodega Aurrera pertenecen a este NSE bajo.

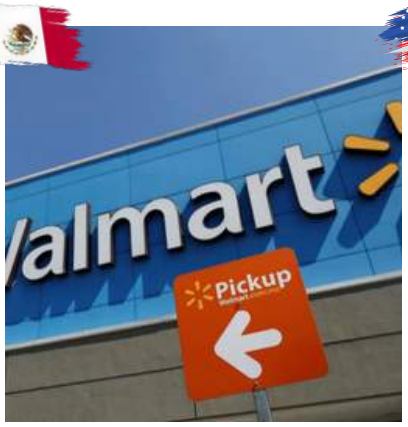
Además, se ha observado que el 65% de los compradores de Bodega Aurrera también visita otras cadenas de la misma empresa, como Mi Bodega Aurrera (53%) y Bodega Aurrera Express (47%). Estas tres cadenas de autoservicio son las más frecuentadas por los clientes de Bodega Aurrera, lo que indica la preferencia por la marca en diferentes formatos.



Walmart Chile y L’Oréal implementan diez nuevos puntos de reciclaje en el país

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) reveló que al año se producen 300 millones de toneladas de residuos plásticos en el mundo, lo equivalente al peso de toda la población humana. En Chile esta cifra es de aproximadamente 990.000 toneladas de plástico al año, de las cuales se reciclan 83.679 toneladas (solo el 8,5%), según datos entregados por la Asociación Gremial de Industriales del Plástico.

Ante esta realidad y siguiendo el compromiso con la regeneración adoptado a nivel global por la compañía, Walmart Chile en alianza con L’Oréal -a través de su marca Garnier- implementó diez nuevos Puntos Limpios a nivel nacional para el reciclaje de residuos.



El Pickup de Walmart se convirtió en uno de los servicios de entrega preferidos del Hot Sale

Según un comunicado de prensa de Walmart, el servicio de retiro en tienda, conocido como Pickup, se ha convertido en la segunda opción de compra más popular durante el Hot Sale 2023.

El 24% de los clientes elige la opción de Pickup, superando el envío de productos a la oficina (13%) o al domicilio de un familiar o amigo (11%). A pesar de esto, la opción de envío al hogar sigue siendo la favorita para los compradores en línea.



Ingka, dueño de IKEA, adquiere Made4Net para expandirse en EE. UU.

Ingka, el mayor propietario de tiendas IKEA, ha adquirido la empresa de software para la cadena de suministro, Made4Net, mientras el minorista sueco de muebles planea una importante expansión en Estados Unidos y busca aumentar sus ventas en línea.

El brazo de inversiones de Ingka Group, llamado Ingka Investments, adquirió la empresa por una suma no revelada con el fin de mejorar las operaciones de almacén y logística de IKEA, ya que los clientes cada vez más demandan entregas en el mismo día o al día siguiente.



Walmart eliminará envoltorios de plástico y permitirá el uso de bolsas propias en pickup

Walmart anunció que reducirá el uso de plástico en sus operaciones de comercio electrónico de varias maneras, incluyendo el cambio de envoltorios de plástico por envoltorios de papel reciclable y permitiendo a los clientes rechazar el uso de bolsas de plástico para sus pedidos en línea con la opción pickup, entre otras medidas. También introducirá una alternativa para que los clientes que compren en línea puedan solicitar que sus artículos se consoliden en menos cajas para reducir el desperdicio.



NOVEDADES

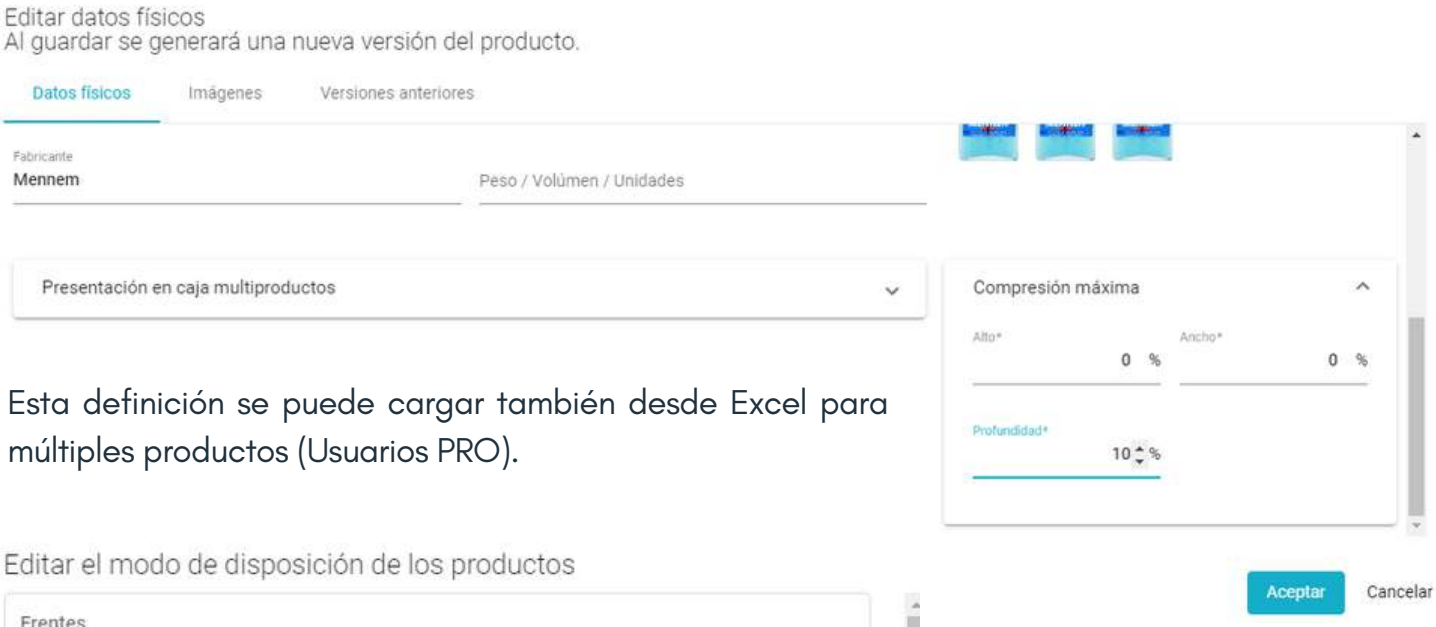
OPENCatman
Interactive Category Management

Nueva función para "Comprimir productos"

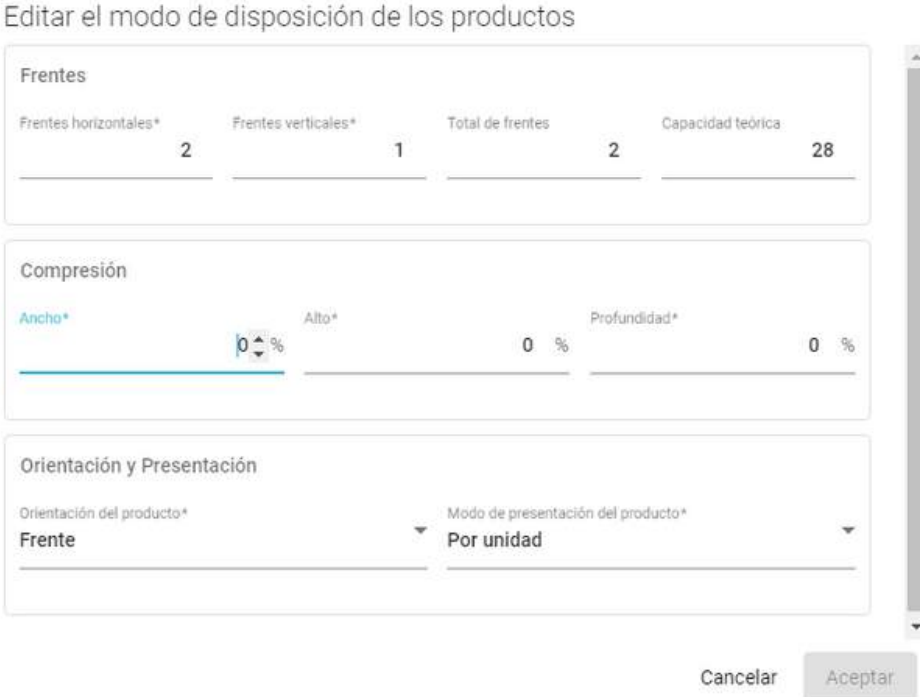
Si no caben los productos en el espacio asignado, los pueden comprimir!

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.



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



2. Asignar la compresión:

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

AGENDA 2023

Membership Shopper México



Shopper Chedraui
22 de junio



Shopper Soriana Mercado
29 de junio

Shopper Bodega Aurrera
6 de julio

Shopper Bodega Aurrera Express
20 de julio

Shopper Canal eCommerce
13 de julio

Shopper Casa Ley
3 de agosto

Shopper Oxxo
27 de julio

Shopper Farmacia Benavides
17 de agosto

Shopper Tiendas Neto
10 de agosto

Shopper El Zorro
24 de agosto

Shopper 7Eleven
31 de agosto

Shopper Costco
7 de septiembre

Shopper Soriana Express
14 de septiembre

Shopper Tiendas 3B
21 de septiembre

Shopper Farmacias del Ahorro
28 de septiembre

... y mas cadenas.
descarga la agenda completa.