Edición 1206

PANORAMA RETAIL

25 años

La revista de Retail & Category Management



DEVOLUCIONES EN E-COMMERCE:

El insostenible costo y su impacto en el medio ambiente

ARGENTINA - MEXICO - COLOMBIA - VENEZUELA - COSTA RICA - GUATEMALA - BRASIL - ESTADOS UNIDOS - PERU - URUGUAY - PARAGUAY - PANAMA - EL SALVADOR - BOLIVIA - NICARAGUA - ECUADOR

CATMAN
LATIN FORUM
2023
3,4 Y 5 DE OCTUBRE
#CATMANLATINFORUM



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

04 eCommerce: El insostenible costo de las devoluciones y su impacto en el medio ambiente

Retail & Catman News

07 Las principales noticias del retail & catman

Novedades OPENCatman

10 Nuevas funcionalidad: Comprimir productos

Agenda

11 Próximos eventos & cursos

STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

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?

DEVOLUCIONES EN E-COMMERCE

El insostenible costo y su impacto en el medio ambiente



Las devoluciones de productos, una práctica común en el comercio electrónico, están generando un creciente problema que afecta tanto a los minoristas como al medio ambiente. Aunque pueden parecer simples para los consumidores y a menudo son gratuitas, el manejo de las devoluciones resulta costoso para los minoristas y tiene consecuencias ambientales significativas.

Según un estudio de NRF and Appriss Retail, en 2022, las devoluciones significaron una pérdida de ventas de alrededor de USD 816 mil millones para los minoristas de Estados Unidos, casi el doble en comparación con 2020. “Por cada mil millones de dólares en ventas, el minorista promedio incurre en 165 millones de dólares en devoluciones de mercancías”, señala el informe.

Este elevado costo supera el gasto de EE. UU. en escuelas públicas y destaca la magnitud del problema. Además, el proceso de devolución, que implica transporte y embalaje, generó aproximadamente 24 millones de toneladas métricas de emisiones de dióxido de carbono en 2022, contribuyendo al calentamiento global.



Esta situación plantea un desafío de sostenibilidad tanto para los minoristas como para el planeta en su conjunto. Ahora bien, ¿qué es lo que hace que este proceso de devolución tenga un impacto económico y ecológico tan importante?

Según un relevamiento de Simone Peinkofer, profesora asistente de Supply Chain Management en la Universidad Estatal de Michigan, el proceso de devolución comienza con el transporte de los artículos devueltos. Después de que un consumidor decide devolver un producto, este se envía a través de servicios de entrega como UPS, que tiene acuerdos con Amazon para ofrecer devoluciones gratuitas. Sin embargo, este transporte genera emisiones de dióxido de carbono cuando los camiones y aviones recorren largas distancias para entregar los artículos. Además, los materiales de embalaje utilizados para el envío de devoluciones, como plástico, papel o cartón, se convierten en residuos.

El procesamiento de una devolución requiere de dos a tres veces más tiempo que el envío inicial del artículo. Los trabajadores de los almacenes deben desempacar, inspeccionar, volver a empaquetar y redirigir los productos devueltos. Este proceso aumenta aún más los costos para las empresas. Además, los trabajadores deben inspeccionar manualmente los artículos y decidir qué hacer con ellos en función del motivo de la devolución.

Si un artículo se considera apto para su reventa, se vuelve a empaquetar y se envía a otro almacén para su almacenamiento y posterior envío a un nuevo consumidor. Sin embargo, este ciclo de reabastecimiento y revendido implica más transporte y generación de emisiones de carbono.

En casos en los que un artículo presenta defectos, puede enviarse de vuelta al fabricante para su reparación y restauración. Sin embargo, este proceso

también implica transporte adicional y la generación de emisiones de carbono. Si el costo de la reparación supera el valor del producto, muchas veces los minoristas optan por desechar el artículo, lo cual resulta en un desperdicio significativo.

Lamentablemente, muchos productos devueltos terminan en vertederos, especialmente cuando no pueden ser revendidos o restaurados de manera económica. Estimaciones indican que en 2019 se enviaron aproximadamente 2.5 mil millones de kilos de desechos de devoluciones a vertederos, cifra que casi se duplicó a alrededor de 5 mil millones de kilos para 2022. Esta tendencia es preocupante debido a su impacto ambiental negativo.

Aunque las devoluciones gratuitas han sido una estrategia utilizada por muchos minoristas para atraer a los clientes, esta práctica parece no ser sostenible a largo plazo. En respuesta a los costos y el desperdicio asociados con las devoluciones, cada vez más minoristas están considerando alternativas.

Algunas estrategias incluyen acortar las ventanas de devolución, limitar las devoluciones frecuentes y dejar de ofrecer devoluciones gratuitas. Además, se están implementando tecnologías como vestidores virtuales y guías de ajuste más claras, así como fotos y videos de alta calidad que reflejan con precisión el tamaño y el color de los productos, con el objetivo de reducir las devoluciones de ropa.



RETAIL & CATMAN *News*



Carrefour lanza Hopla, el chatbot basado en ChatGPT que revoluciona la experiencia de compra online

En un esfuerzo por brindar a sus clientes una experiencia de compra en línea aún más personalizada e innovadora, Carrefour, una de las principales cadenas de supermercados a nivel mundial, ha lanzado su último avance tecnológico: Hopla, un chatbot basado en ChatGPT.

Hopla se encontrará disponible en la página de inicio del sitio web de Carrefour y permitirá a los clientes interactuar y recibir ayuda en tiempo real para seleccionar los productos que deseen incluir en su canasta. Ya sea que los usuarios tengan restricciones alimentarias específicas, un presupuesto ajustado o simplemente necesiten inspiración para su menú, este chatbot estará a su disposición para ofrecer recomendaciones y sugerencias personalizadas.

Coto Argentina abrió un nuevo hipermercado en Nordelta con una inversión de USD 30 millones

Con una inversión de 30 millones de dólares, Alfredo Coto inauguró su nuevo hipermercado de 14 mil metros cuadrados de superficie dentro de un terreno de cinco hectáreas en el barrio de Nordelta, en el partido de Tigre, Buenos Aires.

La inauguración contó con la presencia destacada de ejecutivos de la industria de consumo masivo, así como autoridades locales y nacionales. El Mega Coto Nordelta cuenta con una espaciosa área de ventas de 14.000 metros cuadrados, y aseguran que es el supermercado más grande de Argentina.

La tienda de Nordelta representa la evolución completa de la cadena de Coto en términos de oferta comercial. Además de su sección de supermercado, cuenta con secciones especializadas de 1000 metros cuadrados cada una, como Textil, Electrónica, Bazar, Bicicletería y Ferretería. Cada una de estas áreas está equipada con mobiliario especialmente diseñado para su propósito, y se les ha dado el mismo nivel de atención que a los mejores negocios especializados.









Bodega Aurrerá, la reina de los precios bajos, celebra su 65 aniversario en México

Bodega Aurrerá, el reconocido formato de negocio que se ha consolidado como líder en ofrecer precios bajos y una experiencia de compra omnicanal para las familias mexicanas, que opera bajo el manto de Walmart México, cumple 65 años en el país, convirtiéndose en una de las marcas icónicas y más valiosas de México, marcando un hito en la industria del comercio minorista.

“Con más de 2,300 tiendas en todo México, Bodega Aurrerá ha estado cumpliendo su promesa de precios bajos todos los días, permitiendo a las familias acceder a productos de calidad a precios asequibles. Su compromiso con la satisfacción del cliente ha sido reconocido a lo largo de los años, convirtiéndola en una marca de confianza en todo el país”, expresó la compañía.

Carrefour se suma al negocio de medios: “Con Unlimitail queremos crear un gigante en retail media"

Carrefour Group y Publicis Groupe lanzaron su empresa conjunta, denominada UNLIMITAIL, para abordar el floreciente mercado minorista de medios en Europa continental, Brasil y Argentina. El lanzamiento de la compañía se produce seis meses después de que se anunciara la iniciativa y se dio a conocer durante VivaTech, la conferencia de tecnología y startups más grande de Europa que se celebra anualmente en París.

Unlimitail se asociará con minoristas y marcas, brindando la escala, la conectividad y la consistencia para que los medios minoristas alcancen su máximo potencial en esas geografías. La nueva empresa se basa en las tecnologías más avanzadas, CitrusAd impulsado por Epsilon y la experiencia minorista más profunda de Carrefour.

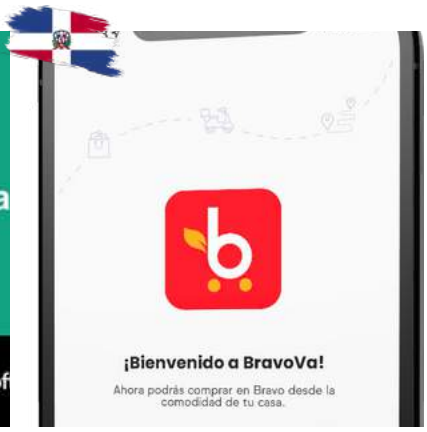
Punto Farma amplía su presencia en barrios populares con su apertura en Ingeniero Budge

Mientras que algunas cadenas de farmacias de Argentina se enfocan en los barrios residenciales y en los centros de las ciudades más importantes, otras incluyen en sus estrategias de expansión barrios populares como asentamientos y villas del Gran Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires.

Tal es el caso de Punto Farma, la cadena de farmacias que en el 2022 abrió su primera tienda en la famosa Villa 31 y que ahora ha inaugurado una nueva sucursal en el corazón de Ingeniero Budge, un barrio periférico del densamente poblado partido de Lomas de Zamora.

La tienda, construida desde cero en un terreno baldío, se encuentra en Juan Manuel de Rosas al 2200, cerca de la feria de La Salada, aunque está más próxima a lo que se conoce como la feria Olimpo.







“La integración de tecnologías OpenAI es una oportunidad increíble para Carrefour”

Carrefour está desplegando tres soluciones tecnológicas innovadoras basadas en la tecnología ChatGPT: un robot de asesoramiento para comprar en carrefour.fr, hojas de descripción de los productos de la marca Carrefour en su sitio web y soporte para los procedimientos de compra. Estas soluciones se basan en tecnologías OpenAI, en particular GPT-4.

Por un lado, Carrefour ha lanzado Hopla, un chatbot basado en ChatGPT que se integrará en el sitio web Carrefour.fr a partir de junio...

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.

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

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.



NOVEDADES

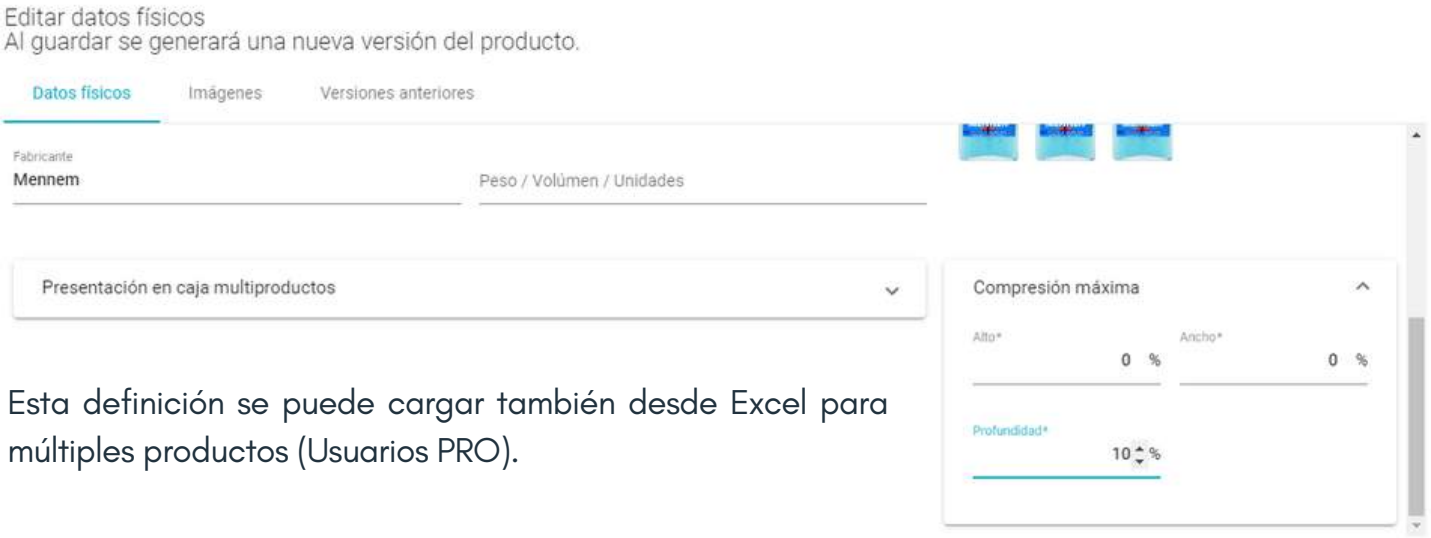
OPENCatman
Interactive Category Management

Nueva función para "Comprimir productos"

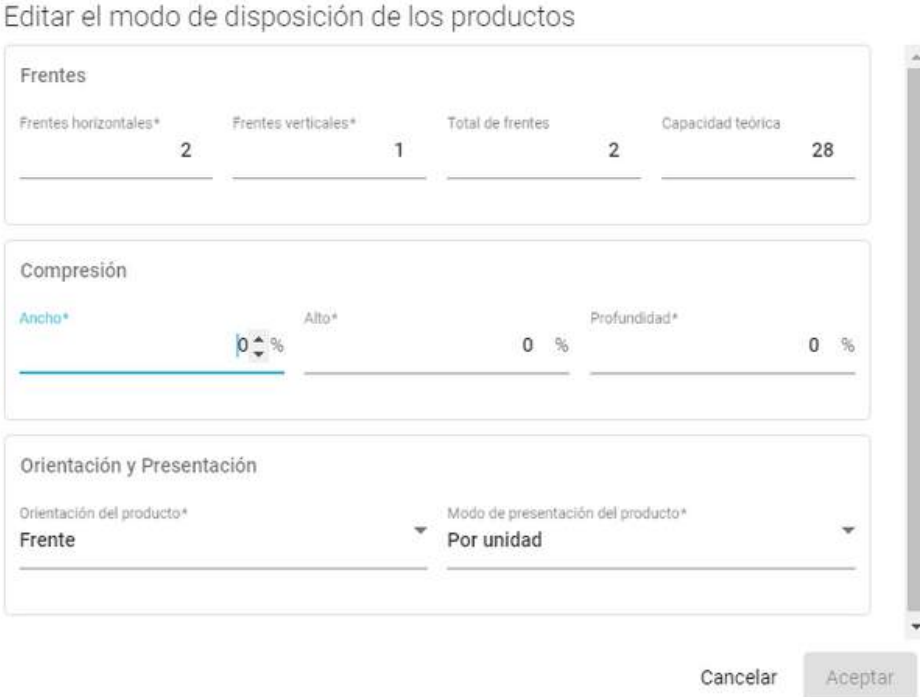
Si no caben los productos en el espacio asignado, los pueden comprimir!

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 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.

