Edición 1228

PANORAMA RETAIL

25 años

La revista de Retail & Category Management

EL PODER DEL NUEVO ROL DEL *CATEGORY INFLUENCER*





ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

03 El poder del nuevo rol de Category Influencer

Agenda ediciones CLF 2023

07 Las próximas ediciones especiales del CLF2023

Retail & Catman News

09 Las últimas noticias de retail & Catman

STAFF



Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

HACIA UN CATEGORY MANAGEMENT PRAGMÁTICO:
EL PODER DEL NUEVO ROL DEL CATEGORY INFLUENCER

Descubre los 5 pasos del proceso del Category Influencer, el nuevo rol acuñado por Frédéric Gautier, que rompe con paradigmas arraigados, toma la iniciativa y avanza sin esperar directrices para presentar soluciones llave en mano fácilmente implementables para cadenas de todos los formatos de negocio.



Frédéric Gautier
Inventor del rol de Category Influencer

En un escenario donde el Category Management —con una existencia de 30 años— ha logrado avanzar en la mejora del enfoque y de la eficiencia de las principales categorías entre cadenas y proveedores líderes, observamos que dentro de esas cadenas aún quedan muchas categorías que no benefician con el valor agregado de un proceso de Category Management porque son de menor importancia, o no están en manos de proveedores líderes.

Asimismo, si bien las cadenas líderes suelen recibir solicitudes constantes de trabajos colaborativos para mejorar la productividad de las categorías, las cadenas de menor tamaño, cadenas regionales, cadenas especializadas (mayoristas, farmacias, conveniencia) no reciben ningún apoyo concreto para enfocar sus categorías.

“Trabajando con cadenas de tamaño intermedias, como ser mayoristas con 15 a 20 tiendas en América Latina, observo que las mismas no reciben más que la visita de un vendedor, y al momento de requerir la asistencia de departamentos especializados en Category Management, que los podrían orientar sobre el surtido o la dinámica comercial de la categoría, los proveedores argumentan no disponer de recursos suficientes para atender esta parte del mercado”, afirma el especialista internacional en Category Management. Frédéric Gautier.

“Por lo tanto, es tiempo de adoptar un Category Management más pragmático, orientado a las tácticas, y de rápida implementación”, añade.



Ante las preguntas cruciales sobre surtido, acomodo y optimización del espacio, surge la necesidad de contar con soluciones llaves en mano, de rápida implementación. De ahí la oportunidad para la industria de preformular estas propuestas, y ser el primero en dar a conocer su contenido. **¡De ahí nace el rol del Category Influencer!**



Definiendo al Category Influencer:

"El Category Influencer rompe con los paradigmas del Category Manager. Cuando este último es más estratégico que táctico, el Category Influencer aporta soluciones prácticas para la categoría. Cuando la relación entre el Category Manager y la Cadena es contractualmente confidencial, el Category Influencer da a conocer sus soluciones sin necesariamente requerir de los datos de la cadena. Cuando los procesos de trabajo son extensos en la definición del qué hacer, el Category Influencer los hace efectivos en tiendas, utilizando hasta las fuerzas de reposición de su empresa", afirma Frédéric Gautier, inventor del perfil de Category Influencer.

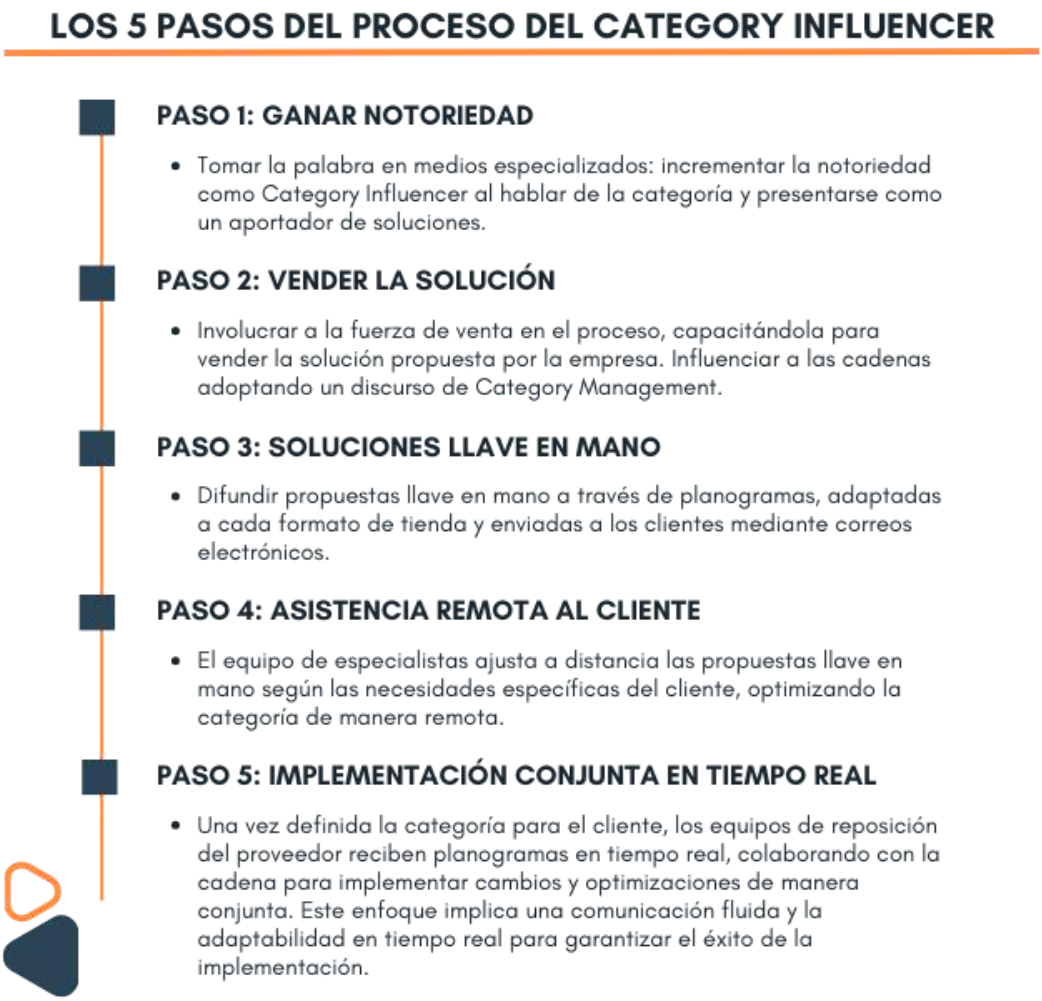
Nuevo rol: CATEGORY INFLUENCER

El Category Influencer se destaca por su actitud proactiva y su capacidad para liderar cambios significativos. Su misión es superar la noción tradicional de que solo el Category Manager y la cadena participan en la iniciativa. El Category Influencer no espera a que le indiquen qué hacer, sino que toma la delantera y utiliza todos los recursos disponibles, como la fuerza de venta, la fuerza de reposición y la asistencia de Category Management, para implementar soluciones efectivas.

El Category Influencer está en condiciones de:

1. Proponer soluciones "Llaves en mano" por Canal y Formato comercial de su Categoría: Destacándose como el referente que posee la solución a las problemáticas específicas de su Categoría, el Category Influencer hace la promoción de su visión de la categoría y propone modelos preconcebidos para cada Canal y Formato comercial. Los mismos se basan en un Máster de Categoría que traduce la mayor oportunidad de convicción al Shopper, declinada por formato comercial y región en cuanto a surtido.

2. Hacer implementables soluciones de manera operativa y rápida: ¡Soluciones más que discursos! Dar a conocer los modelos de implantación recomendados, y adaptarlos de manera colaborativa con las cadenas, utilizando todos los involucrados en la implementación, desde KAMs hasta repositores.



Inclusión de la herramienta OPENCatman en el proceso de Category Influencer:

El uso de la herramienta interactiva OPENCatman revoluciona el enfoque del Category Influencer, permitiendo una colaboración de los equipos de Category Management con sus clientes de forma remota.

OPENCatman no solo acelera y hace colaborativo el proceso de planificación de categorías, sino que también facilita la implementación de cambios en tiempo real, ofreciendo varias ventajas clave:



Algunos ejemplos de cómo usar OPENCatman para satisfacer la ambición del Category Influencer:

- Constituir una biblioteca de planogramas modelos, listos para ser adaptados por formato comercial
- Enviar a sus clientes por mail planogramas que se podrán adaptar a distancia en un proceso colaborativo remoto
- Formar al KAM en proponer, no solo su surtido, sino toda la configuración de la categoría para su cliente, y adaptarla en función de sus necesidades
- Compartir en tiempo real los planogramas definidos con jefes de sección y con repositores (promotores) de la industria. A cada novedad (nuevo producto, promoción, etc.), ambos recibirán la misma alerta en sus teléfonos, y accederán a la última versión del planograma en tiempo real.

Con el uso de OPENCatman, el proceso de Category Influencer se hace realidad, potenciando la rapidez y la colaboración en un trabajo remoto, y facilitando la implementación con tiendas en línea en tiempo real con el planograma.

AGENDA CLF 2023

Próximas ediciones especiales sobre Category Management

Armar un surtido mixto para un Shopper estadounidense y latino



JULIO IBÁÑEZ
Gerente general Aurora EE. UU.

Adaptación del modelo de Catman desde grandes cadenas a cadenas regionales y desde formatos grandes a pequeños



LEÓNIDAS OYAGA
Director de OYsolutions

El e-Shopper mexicano



CARLA PIÑA
Shopper Insight Manager Latam ILACAD World Retail

e-Catman en Pure Players y Brick & Click



YOAN MONTOLIO
Fundador & CEO de YUCCA Retail

Cómo definir un Surtido Omnicanal



GABRIEL GABELLONE
Director de Corda Retail

La implementación del e-Shopper marketing en una operación digital como Bodega Aurrera



MIGUEL MARTÍNEZ MOTA
e-Category Manager Walmart e-Commerce - Bodega Aurrera -

El rol del proveedor en el proceso de e-Catman



MARCELA MESSUTI
e-Commerce Manager en Kellanova México

MESA REDONDA "NEXT STEPS"

"Oportunidades de colaboraciones entre fabricantes y cadenas en el e-Catman"

Por qué el industrial debe invertir en Category Management



FRÉDÉRIC GAUTIER
Founder & CEO ILACAD & OPENCatman

La evolución del rol del catlead



JESSICA HIDALGO CASTRO
Gerente Sr Shopper & CatLead Nestlé México

AGENDA CLF 2023

Próximas ediciones especiales sobre Category Management

Aplicando tecnología de Business Intelligence en Catman



OMAR CARBALLO MUCIÑO
Gerente Category Management
LATAM Pernod Ricard

El Shopper al volante del Category Management



FERNANDO GONZÁLEZ
CATMAN, BI & Digital Transformation Lead México
Kellanova

¿De OTC a CPG? La importancia de la definición un proceso de Categorías



SANDRA SÁNCHEZ ALARCÓN
Category Management
PiSA Farmacéutica

Limpieza y cuidado del vehículo: Creciendo en la curva de madurez de Category Management



OMAR BELLO GÓMEZ
Category Manager
Simoniz Colombia

Ejecución brillante: Cómo Data Storytelling transforma el Category Management



NADIA FERNÁNDEZ DISANZO
Directora de Category Management en PepsiCo México



DAYANA RAMÍREZ RODRIGUEZ
Directora de The Retail Brain Costa Rica

¡Conoce los programas y las próximas fechas!

CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT 2024



ILACAD WORLD RETAIL OPENCatman

RETAIL & CATMAN *News*



Las 5 tendencias del e-Commerce mexicano en 2023 reveladas por la AMVO

El dinámico panorama del comercio electrónico en México ha experimentado una metamorfosis significativa en 2023, revelando tendencias que marcan el rumbo de las compras en línea. Basándose en un estudio de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), se han identificado cinco cambios clave que definen esta nueva era del comercio digital.

1. Experiencia de compra personalizada: más allá de la transacción
2. Omnicanalidad como norma, no como opción
3. Sostenibilidad: Un factor decisivo en las decisiones de compra
4. Tecnología emergente: realidad aumentada y compras virtuales
5. Pagos digitales y seguridad: prioridades no negociables

CAME pide una reforma en la Ley Omnibus de Milei para potenciar las Economías Regionales

A través de un comunicado, el sector de Economías Regionales de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) dio a conocer la solicitud que elevó a la vicepresidente de la Nación, Victoria Villarruel; al jefe de Gabinete de la Nación, Nicolás Posse, al ministro de Economía de la Nación, Luis Caputo; al ministro del Interior de la Nación, Guillermo Francos; a la ministra de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Nación, Diana Mondino; al secretario de Bioeconomía, Fernando Vilella, a los 23 gobernadores y a los diputados nacionales de todos los bloques, para la incorporación de un nuevo artículo o modificación del existente en el proyecto de Ley de Bases y Puntos de Partida para la Libertad de los Argentinos −Derechos de Exportación, artículo 206− que aporte una definición precisa de las economías regionales argentinas.





Walmart eleva la apuesta con la ampliación de entregas con drones para competir con Amazon

Walmart extiende sus servicios de entregas mediante drones para competir de manera más directa con Amazon. Esta ampliación cubrirá tiendas en más de 30 ciudades y municipios en una sola área, marcando un hito al ser la primera vez que un minorista estadounidense ofrece entregas con drones a tantos hogares en un único mercado.

Con el objetivo de equipararse a Amazon, Walmart anuncia la expansión de sus servicios de entregas con drones, alcanzando a cientos de miles de nuevos hogares estadounidenses. En concreto, la cadena minorista más grande del mundo informa que las entregas mediante drones estarán disponibles para hasta 1.8 millones de hogares adicionales, abarcando toda el área metropolitana de Dallas Fort-Worth (DFW).



Argentina: Derrumbe de ventas en Alimentos y Bebidas en diciembre de 2023

Las ventas minoristas pymes experimentaron un fuerte declive del 13,7% en diciembre de 2023 vs. diciembre 2022, marcando el cierre de un año difícil con una retracción acumulada del 3,4%. El sector del comercio minorista, que tradicionalmente veía en diciembre una oportunidad de recuperación, se vio afectado por cambios abruptos en los precios y limitaciones en las ofertas y financiamiento. Alimentos y bebidas lideró la caída con un desplome del 19,8% en diciembre y un retroceso del 5,7% en el año.

El panorama comercial de diciembre estuvo marcado por el dinamismo puntual de la Navidad, pero muchos consumidores anticiparon compras en noviembre para evitar las subas de precios. De los siete sectores relevados, todos cerraron diciembre en baja, destacándose Alimentos y bebidas con un impactante descenso del 19,8%.



Tiendas Ara acelera su expansión al tomar un crédito de $175.000 millones

Tiendas Ara, perteneciente al reconocido grupo Jerónimo Martins de Portugal, ha recibido un impulso significativo para su plan de expansión en Colombia. El banco Scotiabank Colpatria lideró este movimiento financiero al otorgar un crédito de $175.000 millones destinado a fortalecer el capital de trabajo y respaldar la expansión de la cadena de retail en el mercado colombiano.

Antonio Gutiérrez, vicepresidente de Banca Corporativa y Mercado de Capitales de Scotiabank Colpatria, destacó la confianza de la entidad financiera en el potencial del país. “Estos importantes desembolsos subrayan nuestra firme determinación de respaldar a empresas como Tiendas Ara, que contribuyen al progreso y la prosperidad nacional», señaló Gutiérrez.



Walmart vuelve a proyectar más cierres de tiendas físicas para el 2024

Walmart, uno de los gigantes minoristas en Estados Unidos, ha decidido cerrar dos de sus tiendas en California como parte de su política de cierre continuo. Durante el 2023, la cadena cerró veinte establecimientos en 14 estados, y para el 2024, ya se perfilan nuevas clausuras. Este enfoque responde a la necesidad de ajustar su presencia en el mercado, priorizando el rendimiento y la rentabilidad.

Cierres de inicio de año:

La medida afectará a dos tiendas ubicadas en el vecindario Logan Heights de San Diego y The Drawer. La fecha prevista para el cierre es el 9 de febrero. El portavoz de Walmart, Brian K. Little, mencionó que ambas tiendas no cumplieron con las expectativas de rendimiento, y como resultado, no se lograron acuerdos mutuos de renovación de arrendamiento con los propietarios.



Carrefour realiza estratégica venta de seis hipermercados en España por 100 millones de euros

Carrefour ha concretado la venta de seis hipermercados en España por aproximadamente 100 millones de euros, en una operación de sale & leaseback, según informó Expansión.

Esta transacción se suma a una serie de acciones similares realizadas por la cadena desde 2021, cuando vendió siete supermercados por 93 millones de euros a Realty Income. Además, en 2022, se deshizo de otra cartera de activos por unos 110 millones de euros.

Carrefour Property España gestiona un patrimonio compuesto por 115 centros con más de 1,8 millones de metros cuadrados destinados al desarrollo de proyectos comerciales, logísticos y de usos mixtos.



El Impacto de la inflación: Top 10 de productos con mayores aumentos en Argentina en 2023

En un año marcado por la persistente inflación que superó el 200%, el último mes del 2023 no fue la excepción, evidenciando un impacto directo en el bolsillo de los ciudadanos. La corrección de precios en servicios y el consumo masivo, sumado al cambio de gobierno, aceleró el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en diciembre, registrando un aumento del 25,5%, según datos del INDEC. Con un incremento anual del 211,4%, la situación económica genera preocupación.

A continuación, compartimos los 10 productos que lideraron el ranking de mayores aumentos en diciembre, excluyendo aquellos considerados estacionales, con incrementos de dos dígitos: aceite de girasol, arroz blanco simple, harina de trigo común 000, tomate entero en conserva...

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman

Interactive Category Management