

PANORAMA ^{25 años} RETAIL

La revista de Retail & Category Management

¿HASTA DÓNDE LLEGARÁN LOS
**FORMATOS DE
PRECIO**
EN MÉXICO?

Parte II: La evolución de las
Tiendas de Descuento en el mercado mexicano





STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

03 ¿Hasta dónde llegarán los formatos de precio en México?

Retail & Catman News

05 Las últimas noticias de retail & Catman

El mayor
encuentro
latinoamericano
de Category
Management.

CATMAN
LATIN FORUM
2024



8, 9 y 10 de octubre, 2024

Aún estás a tiempo de ser parte del grupo de disertantes de esta nueva edición.

¡Inscríbete!



¿HASTA DÓNDE LLEGARÁN LOS FORMATOS DE PRECIO EN MÉXICO?

Parte II: La evolución de las Tiendas de Descuento en el mercado mexicano

El formato de tienda de descuento en México, inspirado por el modelo europeo, llega al país más tarde que al resto de Sudamérica y tiempo después que las Bodegas, como una opción de precio y cercanía. Si bien conserva similitudes con el modelo bodega, su diferencia radica principalmente en que

presenta una superficie de venta más reducida, con un promedio de entre 150 y 500 metros cuadrados; su misión de compra es de abastecimiento, pero en proximidad; ofrece un surtido de productos más acotado con mayor presencia de marcas propias y se focaliza en la eficiencia en costos para poder ofrecer precios competitivos.

TIENDAS DE DESCUENTO



*No se consideran las 5 tiendas de Supercito Selecto

Según datos del Estudio Shopper Omnicanal de Ilacad World Retail, la penetración de las tiendas de descuento en México es de 59%. Además, es el formato de Autoservicio mexicano con el gasto promedio más bajo.

Su frecuencia de visita también ha evolucionado en los últimos años, pasando de 4.2 visitas en 2020 a 6.6 visitas en 2023, convirtiéndose en el formato de Autoservicio con mayor visitas por mes. Si bien Abastecimiento es su principal misión de compra —41 %—, vale destacar que Reposición y Proximidad (una combinación de conveniencia y consumo inmediato) suman la otra mitad de la misión de compra de sus shoppers con un 40%.

Al cierre de 2023, los 5 principales emblemas de tiendas de descuento presentes en México, sumaban más de 5300 tiendas en el país. Pero bien, ¿quiénes son esos referentes del modelo?

La primera cadena de tienda de descuento en México fue Waldo's que inició sus operaciones en 1999, en Tijuana, Baja California, un año después de haber nacido en Estados Unidos. Seis años después, en 2005, el empresario estadounidense de origen libanés, Anthony Hatoum, fundó Tiendas 3B, emulando un concepto turco que crecía a doble dígito anual.

En una entrevista, Hatoum contó que había trabajado en BIM Turquía y, tras ver su éxito, se preguntó dónde podía crear otro BIM. "Busqué en Filipinas, Indonesia, Ucrania y Perú, pero México tenía las condiciones importantes". Así comenzaron las operaciones y en la actualidad es la segunda mayor cadena del país en número de tiendas y ha revolucionado el mercado en 2024 con su debut en la Bolsa de Valores de Nueva York.

En 2008, Walmart México y Centroamérica decide ingresar al negocio de las tiendas de descuento, creando un nuevo subemblema del conocido y exitoso "Bodega Aurrera". Nacen así las tiendas Bodega Aurrera Express, con precios bajos, una propuesta similar a la de sus tradicionales bodegas, pero en superficies más pequeñas que le permitieron poner en marcha una explosiva expansión en el país.

El crecimiento fue avasallante hasta el año 2012, cuando The New York Times publicó una acusación de corrupción, asociada al supuesto pago de sobornos por al menos 24 millones de dólares a funcionarios de todo el país para agilizar trámites, obtener permisos de construcción y reducir tarifas de impacto ambiental en la edificación de dichas tiendas.

Tras conocerse la noticia, Walmart de México y Centroamérica fue sometida a diversas investigaciones para revisar sus permisos de construcción y apertura de tiendas en el país, dando como resultado a finales de ese mismo año, que no había habido irregularidades susceptibles de sanción. Sin embargo, el veloz ritmo de aperturas de la cadena se vio fuertemente impactado y al cierre de 2012 su expansión se redujo en un 27%.

En 2009, un año después del nacimiento de Bodega Aurrera Express, surgen las Tiendas Neto, inspirándose en el modelo hard discount. Su crecimiento tiene un salto grande en el 2012 con la adquisición de la cadena Súper Precio de Grupo Gigante con 427 tiendas. En la actualidad, es la red de tiendas de descuento líder en número de operaciones.

Las últimas incorporaciones de emblemas de este modelo de negocio pertenecen a dos cadenas de supermercados: Organización Soriana, que en 2010 lanza Soriana Express; y Chedraui que en 2017 decide apostar a Supercito.



¿Cómo seguirá la evolución de las tiendas de descuento en México?

El próximo 25 de abril a las 10:00 horas de Ciudad de México, en el marco del lanzamiento del Estudio Shopper Omniscanal México 2024, durante el Webinar Shopper, analizaremos y revelaremos cómo será la

penetración de las tiendas de descuento y las bodegas, los dos grandes formatos de precio del mercado mexicano durante el año en curso.

Súmame aquí para comprender hasta dónde llegarán los formatos de precio en México.

Quiero participar del lanzamiento del Estudio Shopper Omniscanal México 2024



¿Te interesa participar?
¡Escribenos! Te decimos cómo

¿HASTA DÓNDE LLEGARÁN LOS

**FORMATOS DE
PRECIO**

EN MÉXICO?



25 de abril / 10 am (hora Cdmx)
Vía Zoom para Miembros Ilacad

30%

2X1

3X2

50%

Impartido por:



Frédéric Gautier



Carla Piña

RETAIL & CATMAN

News



Walmart anunció que aspira a automatizar el 65 % de sus tiendas en EE. UU. al 2026

Walmart Estados Unidos dijo hace unos días que espera que alrededor del 65% de sus tiendas sean atendidas mediante automatización para fines de su año fiscal 2026, poco después de revelar planes para despedir a más de 2.000 personas en instalaciones que procesan pedidos en línea.

El anuncio, en el marco de la reunión anual de inversionistas en Tampa, Florida, se produce cuando Walmart utiliza cada vez más sus enormes tiendas para manejar las entregas de pedidos en línea e invierte fuertemente en automatización para acelerar el procesamiento de pedidos en sus instalaciones de cumplimiento de comercio electrónico.

Estos son los detalles de la millonaria inversión de Mercado Libre en Brasil

Mercado Libre destinará una inversión de aproximadamente 4.620 millones de dólares en Brasil, según informes recientes. Esta decisión representa un importante impulso para la expansión y consolidación de la empresa en el mercado brasileño, uno de los más relevantes de América Latina.

La inversión planificada abarcará diversas áreas estratégicas, incluyendo el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, la expansión de la red logística y el impulso de programas de desarrollo y capacitación para emprendedores y vendedores en la plataforma.

Este anuncio refleja la confianza de Mercado Libre en el potencial de crecimiento y desarrollo del mercado brasileño, así como su compromiso continuo con la innovación y el fortalecimiento de su presencia en la región.





The Home Depot realiza inversión millonaria para potenciar su experiencia al cliente

El minorista líder en mejoras para el hogar, The Home Depot, anuncia una inversión de 2.860 millones de pesos para fortalecer su presencia en México durante el año 2024. Esta inversión se enmarca en la estrategia de crecimiento de la compañía y tiene como objetivo principal consolidar su compromiso con la excelencia en la experiencia del cliente (CX), así como acelerar su expansión en el país.

José A. Rodríguez, presidente y director general de The Home Depot México, expresó su entusiasmo por las oportunidades de crecimiento que se vislumbran para este año, destacando el sólido historial de la empresa en México, con 22 años consecutivos de crecimiento.

La inversión prevista supera los 50 mil millones de pesos invertidos por la empresa desde su llegada al país en 2001.



Carrefour Brasil nombra a Marcelo D'Arienzo en reemplazo de Abílio Diniz

El Grupo Carrefour Brasil, también conocido como ATACADÃO S.A. en el mercado financiero, ha dado un paso significativo en su estructura directiva al anunciar el reemplazo de Abílio Diniz en el Consejo de Administración durante la última Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria.

En una decisión sin precedentes, se ha propuesto la eliminación del cargo de vicepresidente del Consejo de Administración, previamente ocupado por el Sr. Abílio Diniz. En su lugar, se ha designado al Sr. Marcelo D'Arienzo como nuevo miembro del Consejo. D'Arienzo, con más de 20 años de experiencia en el mercado y un destacado historial como CEO del Grupo Wine desde 2019, aportará su expertise en la diversificación e internacionalización de los negocios.



Walmart nombra a Eduardo de la Garza Zamarrón como chief people officer para Walmart Internacional

Walmart Internacional, en conjunto con Walmart de México y Centroamérica, dieron a conocer la designación de Eduardo de la Garza Zamarrón como el próximo chief people officer para Walmart Internacional, reportando a Donna Morris, vicepresidenta ejecutiva y chief people officer de Walmart Inc.

En su nuevo rol, el directivo será responsable de impulsar al talento humano de la empresa en las áreas de crecimiento, bienestar, digital y pertenencia, para más de 500 mil asociados y asociadas en 18 mercados de todo el mundo, convirtiéndose en el primer mexicano en ocupar un puesto de este nivel en el equipo de Walmart Internacional.



Mercado Libre expande su flota de vehículos eléctricos

Mercado Libre, el gigante del comercio electrónico en América Latina, ha dado un paso significativo hacia la sostenibilidad al triplicar su flota de vehículos eléctricos. Esta medida forma parte de los esfuerzos de la empresa por reducir su huella ambiental y promover prácticas empresariales responsables.

En 2023, MercadoLibre contaba con 2.321 vehículos eléctricos en Brasil, México, Colombia, Chile, Uruguay y Argentina. Cada vehículo de reparto representa una reducción de 90% de las emisiones de carbono en comparación con un transporte similar a diésel, indicó la compañía en su Reporte de Impacto 2023.



[Caso Electrolit] De OTC a CPG: La importancia de la definición en Catman

En el marco del Catman Latin Forum 2023, la destacada experta en Category Management de PiSA México, Sandra Alarcón, presentó una ponencia reveladora titulada "¿De OTC a CPG? La importancia de la definición en un proceso de categorías". Este evento, reconocido por su relevancia en el ámbito de la gestión de categorías, reunió a expertos y profesionales del sector para discutir tendencias y mejores prácticas en el ámbito del retail y la industria de bienes de consumo.

Sandra Alarcón, con sus 24 años de experiencia en áreas comerciales de Marketing y Ventas...



Amazon abandona la ambición de las tiendas automáticas tras conocerse el detrás de su sistema

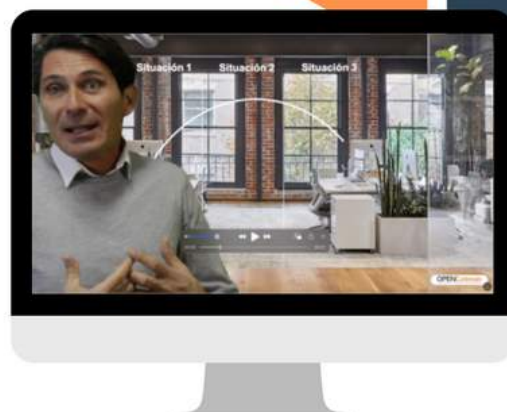
El gigante del comercio electrónico, Amazon, ha dado un paso atrás en su ambiciosa apuesta por las tiendas automáticas y la inteligencia artificial aplicada al reconocimiento de productos en consumo masivo, tras revelarse un sorprendente descubrimiento sobre el funcionamiento de su tecnología.

Según un artículo publicado por Numerama y firmado por Nicolas Lellouche, lo que parecía ser un poderoso sistema de reconocimiento automático desarrollado por Amazon...

¡AHORA EN E-LEARNING!

¡El Category Management explicado de la A a la Z en 20 Módulos Pregrabados!

IMPLEMENTAR EL
**CATEGORY
MANAGEMENT**



**CREA Y COMPARTE
GRATUITAMENTE
TUS PLANOGRAMAS**



**CREA TU
CUENTA EN**

www.opencatman.com

**E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO**

OPENCatman
Interactive Category Management