

PANORAMA

25 años

RETAIL

DATOS SHOPPER DE
77
CADENAS

Expertos en Retail & Category Management

ESTUDIO SHOPPER OMNICANAL

2025

UN MAPA SIN PRECEDENTES DEL RETAIL MEXICANO





STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 03** Estudio Shopper Omnicanal 2025: un mapa sin precedentes del retail mexicano

Retail & Catman News

- 06** Las últimas noticias de retail & Catman

¡Sé parte de los más de 4,000 ejecutivos que ha participado en esta Certificación!



**CERTIFICADO
CATEGORY
MANAGEMENT**



ESTUDIO SHOPPER OMNICANAL



UN MAPA SIN PRECEDENTES DEL RETAIL MEXICANO

2025



El nuevo Estudio Shopper Omnicanal 2025 de ILACAD se posiciona como la herramienta más robusta para entender al consumidor mexicano en un entorno de consumo cada vez más fragmentado, exigente y dinámico.

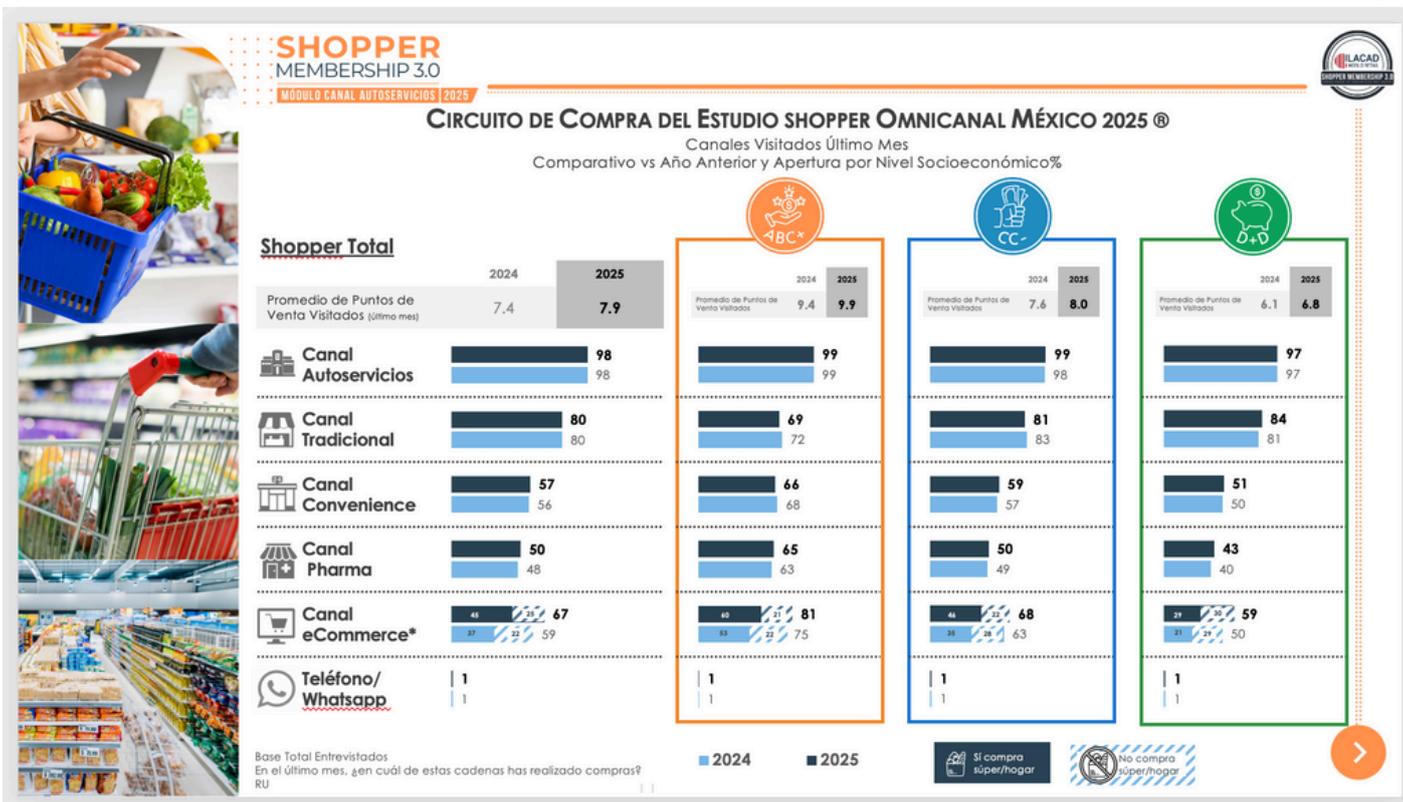
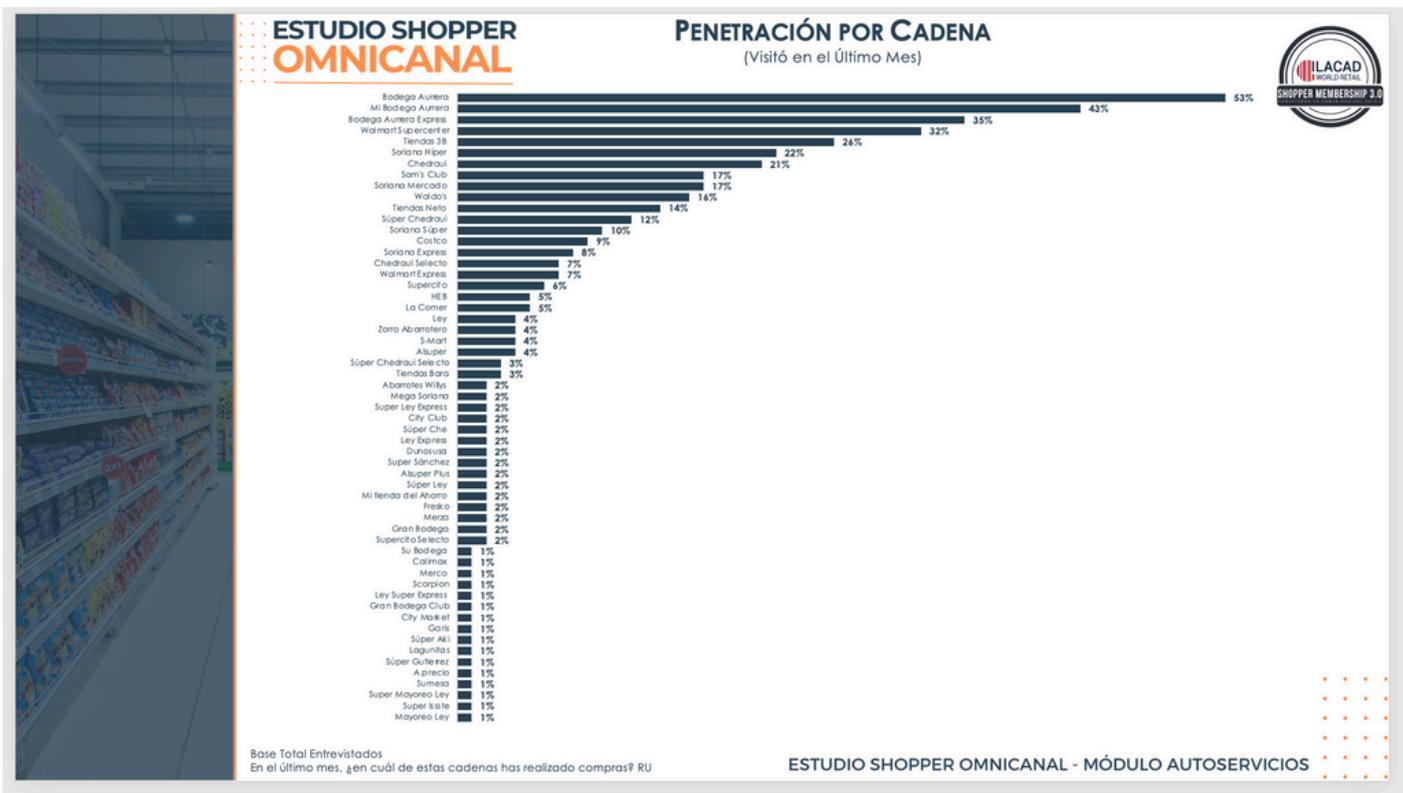
Este año, el Estudio Shopper Omnicanal incluye información detallada sobre shoppers de autoservicios, tiendas de conveniencia, farmacias y plataformas de e-commerce, en total, ofrece el perfil

de más de 75 cadenas, permitiendo una lectura integral del circuito de compra y los nuevos puntos de contacto que definen las decisiones de consumo en México.

Penetración y circuito de compra: radiografía de las decisiones del shopper

De acuerdo con los datos relevados, la penetración de cadenas como Bodega Aurrera, Walmart Supercenter, Tiendas 3B y Soriana Híper sigue liderando el panorama nacional, así como se sostiene el circuito de compra diversificado: cada vez más mexicanos combinan distintos canales y formatos para resolver su compra, con un shopper que prioriza conveniencia, precio y proximidad.

La multicanalidad ya no es una tendencia, es una norma, y los datos lo confirman: una misma misión de compra puede involucrar una visita al supermercado, una farmacia de cadena y una app de entrega en cuestión de horas. El estudio revela que el shopper recorre 7.9 puntos de venta en promedio para resolver la compra.

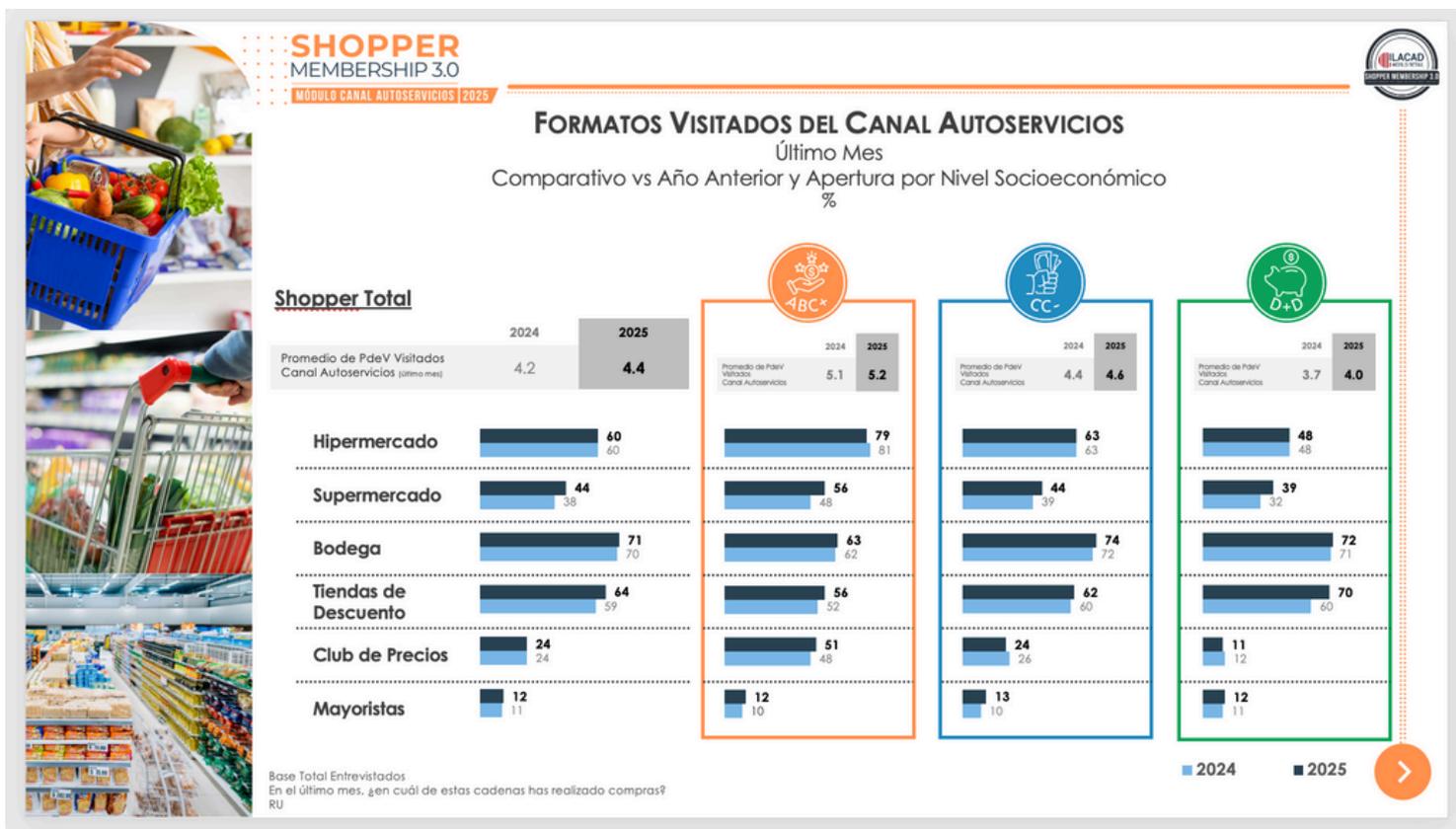


Los formatos tradicionales ceden espacio a las tiendas de descuento

Uno de los datos más relevantes del Estudio es la desaceleración en la participación de súper e hipermercados, que históricamente concentraban gran parte del flujo de compra en el canal moderno. Hoy, esa hegemonía se ve desafiada por el crecimiento de tiendas de descuento, bodegas y formatos de

proximidad como Tiendas 3B, Neto, Bara o Bodega Aurrera Express, que capitalizan la necesidad del shopper de resolver su compra de manera ágil y a menor costo.

Esta migración marca una transformación estructural en el comportamiento del consumidor: la búsqueda del "valor justo" redefine las lealtades históricas, y obliga a retailers y marcas a repensar su estrategia de precio, surtido y experiencia.



¿Dónde están los nuevos shoppers? 77 cadenas para conocerlos a fondo

El alcance del Estudio Shopper Omnicanal 2025 es inédito: 77 cadenas analizadas, que permiten segmentar por canal, formato, ubicación y comportamiento.

Entre las empresas incorporadas este año, se destacan nuevos jugadores como Tiendas DAX, Merza, Merco, Súper Sánchez, Gran Bodega, Woolworth, Almacenes del Sol, City Market y Supercito Selecto, además de plataformas como Uber Eats, Didi Foods, Yza.mx, CasaLey.com.mx y Chedraui.com.mx en el terreno del ecommerce.

Esta amplitud convierte al estudio en una herramienta estratégica tanto para retailers como para marcas, que

necesitan afinar su targeting, optimizar su presencia por banner y comprender el mix de canales que sus clientes utilizan realmente.

CADENAS SHOPPER OMNICANAL 2025



¿Quieres conocer en profundidad al nuevo shopper mexicano?

El Estudio Shopper Omnicanal 2025 de Ilacad World Retail te ofrece insights clave sobre más de 75 cadenas y todos los canales de compra. Descubre cómo piensan, eligen y compran tus clientes.

Solicita más información escribiéndonos a info@ilacad.com

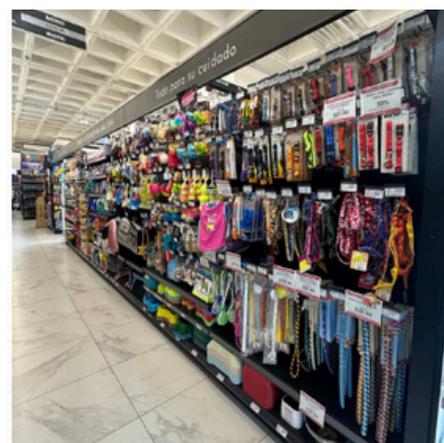
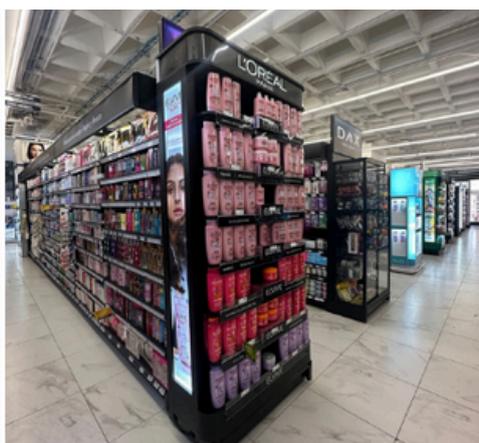
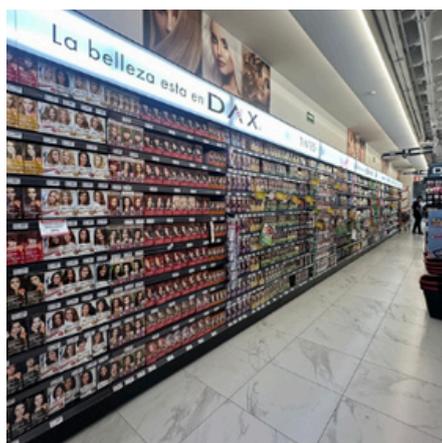
Tiendas DAX: el formato de retail que gana terreno en México y se suma al Estudio Shopper Omnicanal 2025

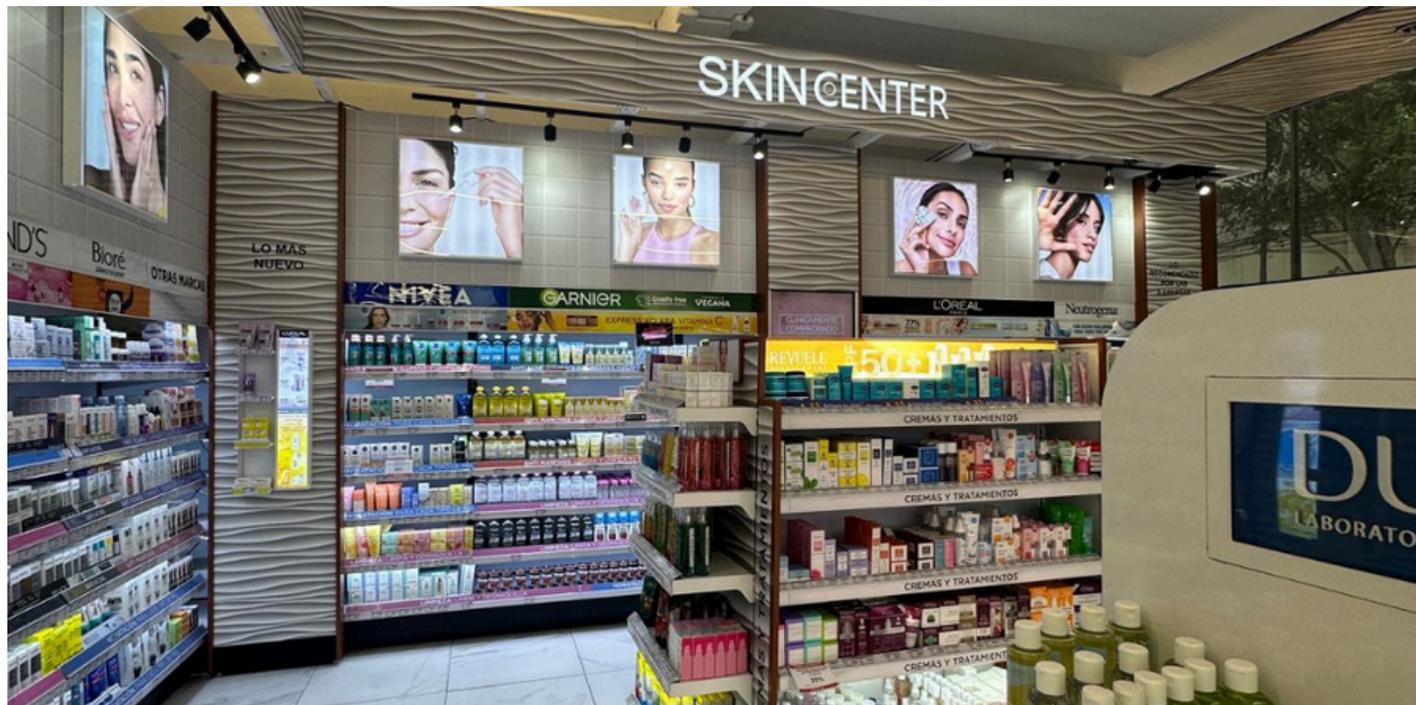


Las Tiendas DAX, propiedad de Grupo Carso, ingresan por primera vez al Estudio Shopper Omnicanal de Iacada World Retail. Este avance permitirá, finalmente, conocer en profundidad al shopper que elige este formato híbrido de conveniencia, belleza y hogar, inspirado en las grandes cadenas estadounidenses como CVS y Walgreens.

ha consolidado su presencia en el norte y centro del país con 43 sucursales. Con una propuesta diferencial que combina productos dermatológicos, electrónicos, alimentos y cosmética, el formato ha logrado captar un segmento en búsqueda de variedad y cercanía. Destaca su espacio Skin Center, su alianza con marcas como Hershey's para exhibiciones creativas, y una experiencia de compra clara y ordenada.

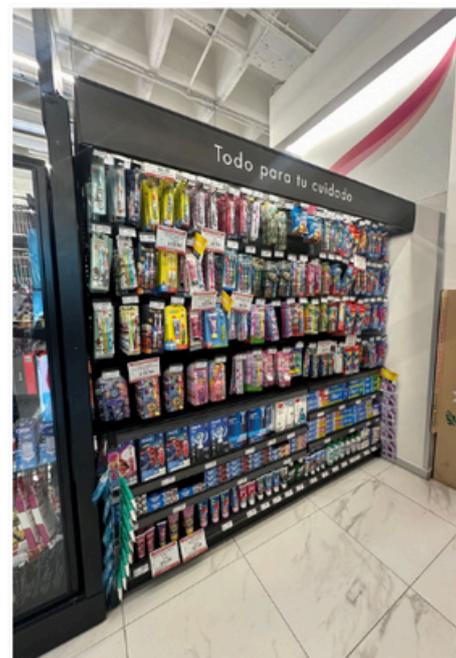
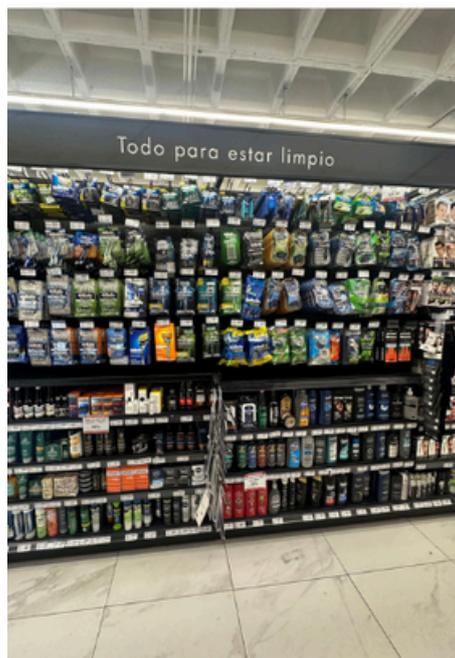
DAX forma parte del portafolio de Grupo Sanborns y





Desde su adquisición en 2004, el crecimiento ha sido sostenido, y en 2023 Grupo Carso confirmó la apertura de 10 nuevas tiendas en este segmento. Su

incorporación al Estudio Shopper Omnicanal es una muestra del reconocimiento y relevancia que la cadena ha ganado en el ecosistema retail mexicano.



WEBINAR SHOPPER ILACAD:

¿DÓNDE ESTÁ EL SHOPPER MEXICANO HOY?:

CLAVES DEL CIRCUITO DE COMPRA 2025



Descubre qué canales, formatos y cadenas están ganando protagonismo en la decisión de compra del shopper mexicano.

A partir de los hallazgos de nuestro Estudio Shopper Omnicanal 2025, analizaremos cómo se está transformando el circuito de compra en México.

Exploraremos los puntos de contacto más relevantes del 2025: desde tiendas físicas hasta plataformas digitales, y qué está motivando a los shoppers a elegir ciertos formatos, canales y cadenas por encima de otros.



Si tu estrategia sigue igual que hace dos años... ¡este Webinar es para ti



JUEVES
24 ABRIL, 2025



HORA
10:00 CDMX



PLATAFORMA
ZOOM

¡TE DECIMOS CÓMO PARTICIPAR!

info@ilacad.com



RETAIL & CATMAN News



Carrefour acelera su jugada por Brasil: mejora su oferta y busca el control total de la operación

El Grupo Carrefour dio un paso decisivo en su estrategia para consolidar el control total de su filial brasileña. La compañía anunció este martes una mejora en su oferta para adquirir todas las acciones restantes de Grupo Carrefour Brasil, reforzando su interés por uno de los mercados más relevantes en su portafolio global.

La nueva propuesta eleva el valor en efectivo por acción de R\$7,70 a R\$8,50, o bien ofrece una proporción de 1 acción de Carrefour Francia por cada 9,96 acciones de su filial brasileña (anteriormente era 1 por 11). También se incluye una alternativa combinada: R\$4,25 en efectivo más 1 acción de Carrefour por cada 19,92 acciones de Carrefour Brasil (vs. 22 previamente).

OXXO pone el foco en Colombia y anuncia una expansión que apunta a las 3 000 tiendas

La cadena mexicana de tiendas de conveniencia OXXO, propiedad del grupo FEMSA, avanza con fuerza en el mercado colombiano y, en línea con su estrategia regional de expansión, la compañía anunció que invertirá 92 millones de dólares para aumentar su presencia en el país y alcanzar un total de 3,000 tiendas. Actualmente opera 500 puntos de venta en más de 36 ciudades y municipios.

La información fue compartida por Anyelo Marcelo Lozano, director comercial de Coca-Cola FEMSA en Colombia, a través de su perfil de LinkedIn, donde señaló que este crecimiento responde a una apuesta clara por consolidar a OXXO como un actor relevante dentro del ecosistema minorista colombiano, hoy dominado por cadenas como D1 y Ara, orientadas al modelo de hard discount.



"La única herramienta en el mundo que le permite a tu equipo acceder a más de 30 sesiones de trabajo de las principales Cadenas del Retail en México".

SHOPPER
MEMBERSHIP 3.0



2025



¡¡¡Conoce todos los beneficios y sé parte de esta membresía única en el mundo!!!



CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Openfarma se expande con la compra de diez farmacias Paradiñeiro en Argentina

La cadena argentina de farmacias Openfarma concretó la adquisición de diez sucursales de Paradiñeiro, sumándose a la ola de movimientos estratégicos en el retail farmacéutico. La operación fortalece su presencia en la zona norte del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), y se produce en un contexto de creciente concentración del sector.

Según fuentes del mercado, el acuerdo implicaría un desembolso cercano a los 15,5 millones de dólares, aunque la cifra no fue confirmada oficialmente por las partes. La transacción incluye el traspaso del fondo de comercio de los puntos de venta involucrados, así como la absorción de 190 empleados que ahora pasarán a formar parte de Openfarma.



Ara crece en Colombia con 150 nuevas tiendas y duplica su EBITDA en un año desafiante

Ara, la cadena de supermercados del grupo portugués Jerónimo Martins en Colombia, cerró 2024 con un sólido crecimiento en ventas y rentabilidad, a pesar del complejo contexto económico. En un año marcado por la caída de la inflación de alimentos —que promedió 3,2%— pero con precios aún elevados que presionaron los presupuestos familiares, la compañía logró una expansión significativa.

Las ventas de Ara aumentaron un 11,1% en moneda local y un 17% en euros, alcanzando los 2.900 millones de euros. El crecimiento comparable (LFL) fue de 0,2%. La estrategia comercial de la cadena, centrada en ofrecer opciones de ahorro a los hogares colombianos, permitió mantener el impulso del negocio frente al cambio en las dinámicas de consumo.



Carrefour elige España como punto de partida para su solución global de inteligencia artificial

Carrefour ha dado un nuevo paso en su estrategia de digitalización con el lanzamiento global de ai.carrefour, una plataforma de inteligencia artificial desarrollada para facilitar la transición digital de sus colaboradores y optimizar el servicio al cliente. El grupo eligió su filial en España para poner en marcha esta iniciativa, que forma parte del ambicioso plan anunciado en 2021 para transformarse en una “Digital Retail Company”.

La presentación oficial tuvo lugar en la sede corporativa de Carrefour en Madrid y contó con la participación de Elodie Perthuisot, directora ejecutiva de Carrefour España, y Emmanuel Grenier, director ejecutivo de Ecommerce, Data y Transformación Digital del grupo.



Eficiencia que transforma el retail: Soriana y Chedraui reducen hasta 25% el consumo energético

En un contexto donde el costo de la energía y el impacto ambiental son temas prioritarios, las cadenas de supermercados en México están dando pasos importantes hacia una operación más eficiente y sustentable. La refrigeración, históricamente uno de los mayores consumidores de energía en el sector retail, se ha convertido en un foco de innovación para compañías como Soriana y Chedraui, que ya han logrado reducir hasta un 25% el consumo energético en tiendas seleccionadas mediante la adopción de sistemas de refrigeración con CO₂.

Esta transformación fue uno de los temas destacados en el reciente Simposio de Eficiencia Energética (SEE) organizado por ANTAD, donde se discutió cómo el retail mexicano está incorporando soluciones tecnológicas avanzadas para hacer frente a los desafíos operativos, financieros y medioambientales.



Easy busca atraer a un shopper exigente y digital con el rediseño de su tienda en Bogotá

Easy, la cadena de mejoramiento del hogar de Cencosud, reabrió las puertas de su tienda en el centro comercial Centro Mayor, en Bogotá, con una renovación integral que busca conectar con un consumidor más exigente, digital y comprometido con la sostenibilidad. La transformación del espacio, que alcanza ahora los 5.200 metros cuadrados, incorpora nuevas categorías, servicios diferenciadores y una propuesta pensada desde el recorrido del cliente.

Desde su apertura en 2010, esta tienda fue una de las más representativas de la marca en Colombia. Hoy, el rediseño incluye áreas más amplias para categorías clave como jardinería —con plantas vivas—, construcción, decoración, baños, cocinas y herramientas.



Colombia: la SIC aprueba la integración de 75 tiendas de Colsubsidio a Tiendas Ara

La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) aprobó la solicitud de integración presentada por Jerónimo Martins, propietaria de Tiendas Ara, para asumir la operación de 75 establecimientos comerciales que formaban parte de la red de supermercados de Colsubsidio. Esta decisión marca un paso clave en la expansión de Ara dentro del sector retail colombiano.

Con la incorporación de estos 75 puntos de venta, Tiendas Ara superará las 1.500 tiendas en Colombia, consolidando su posición como uno de los principales actores del comercio minorista. Este crecimiento se suma a la meta de la compañía de abrir 150 nuevas tiendas en 2025, lo que fortalecerá su presencia en el país.