

PANORAMA RETAIL

25 años

ABIERTA LA
CONVOCATORIA

CLF
2025



Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
LATIN FORUM

2024

VERÓNICA ARVELO

CENTRAL MADEIRENSE



Central Madeirense y la
reconstrucción del Catman en
Venezuela: un modelo de
renacer y liderazgo



STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 03** Central Madeirense y la reconstrucción del Catman en Venezuela: un modelo de renacer y liderazgo

Retail & Catman News

- 06** Las últimas noticias de retail & Catman

SHOPPER & TRADE MARKETING STRATEGY

ENFOCAR SU PLAN DE CATEGORÍA
O MARCA AL SHOPPER



FECHA:

16, 17 Y 18 JUNIO

HORA:

8:00 - 11:00 a.m. (Hr. CDMX)



LIVE

Live Master Training
impartido por:
YOAN MONTOLIO



CENTRAL MADEIRENSE Y LA RECONSTRUCCIÓN DEL CATMAN EN VENEZUELA: UN MODELO DE RENACER Y LIDERAZGO

Verónica Arvelo, Gerente de Inteligencia de Negocio de Central Madeirense, compartió un caso inspirador: cómo reconstruir un departamento de Category Management desde cero, en un país que vivió un apogeo del Catman hace más de una década, pero que, por las crisis, había visto desarticulados muchos de esos esfuerzos.



VERÓNICA ARVELO
CENTRAL MADEIRENSE VENEZUELA

En el CATMAN Latin Forum 2024, Verónica Arvelo, Gerente de Inteligencia de Negocio de Central Madeirense de Venezuela, compartió un caso inspirador: cómo reconstruir un departamento de Category Management desde cero, en un país que vivió un apogeo del Catman hace más de una década, pero que, por las crisis, había visto desarticulados muchos de esos esfuerzos.

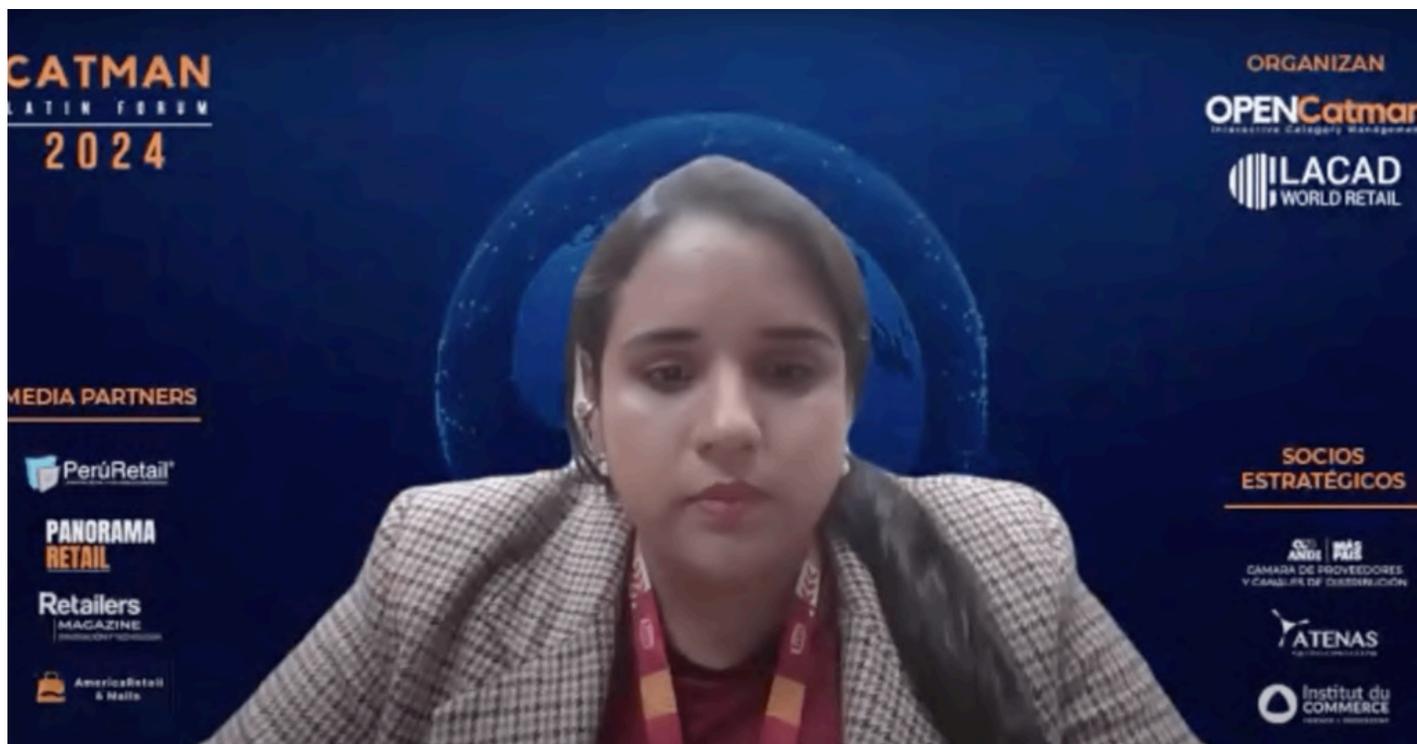
Con 75 años de trayectoria, Central Madeirense

decidió concentrarse estratégicamente en Caracas, reduciendo de 57 a 21 tiendas, y logrando facturar más con menos puntos de venta gracias a una mejora radical en eficiencia.

La oportunidad de mejora: portafolios desordenados y quiebres críticos

Tras años de escasez, marcas emergentes llenaron espacios vacíos, dejando un portafolio atomizado, difícil de manejar y con indicadores preocupantes. El estudio PFA (Producto Faltante en Anaquel) mostraba un 27% de quiebres en los 500 productos más vendidos: ¡3 de cada 10 compradores no encontraban lo que buscaban!

La empresa comenzó una depuración masiva de surtido en 2019, logrando bajar a 6.600 SKU activos alineados al tamaño real de las tiendas (800 a 1.500 metros cuadrados). Como resultado, Central Madeirense se convirtió en la cadena con el menor PFA del país, bajando a solo 4,9%.



El nacimiento del Catman y su implementación estratégica

Con este nuevo orden, la empresa decidió formalizar su departamento de Catman, bajo la Gerencia de Inteligencia de Negocio. Se trazaron objetivos claros:

- Aumentar el valor de las categorías básicas
- Convertir categorías como cuidado personal y limpieza en compras rutinarias (y no solo de conveniencia)
- Segmentar el surtido por tipo de tienda, adaptándose al perfil socioeconómico de cada zona.

El equipo trabajó codo a codo con los proveedores, alineando los planogramas no solo al portafolio sino también al árbol de decisión del shopper. Aquí el capitán de categoría debía ponerse la “cachucha de la categoría” (tomar la iniciativa para resolver un problema), no solo de su marca, para garantizar un proceso transparente y beneficioso para todo el ecosistema.

Los casos de éxito: café y galletas

En café, tras eliminar seis marcas poco relevantes y sumar cinco nuevas alineadas a segmentos específicos (premium y popular), se logró segmentar el surtido por tienda.

Resultado:

Un crecimiento sostenido de participación de mercado en unidades y valor, cerrando la brecha y mejorando el margen.

En galletas, se rompió con la clásica organización por fabricante para reorganizar por tipo de producto: rellenas, de chispas, cubiertas. Además, se implementaron rompetráficos y cross-selling con café.

Resultado:

Crecimiento inmediato en ventas tras la implementación piloto, con ajustes finos que permitieron maximizar el valor generado.

Herramientas tecnológicas como columna vertebral

El éxito del proceso no sería posible sin apoyarse en herramientas digitales. Central Madeirense combina datos internos depurados, análisis con Power BI, y sobre todo, la herramienta OpenCatman para digitalizar las góndolas, gestionar planogramas y asegurar la alineación entre inventarios, espacio teórico y reabastecimientos.

Este nivel de digitalización no solo optimiza el trabajo interno: ahora se exige también a los proveedores que puedan trabajar con estándares profesionales, evitando situaciones donde los planogramas llegaban en simples PowerPoint. Así, todo el ecosistema opera bajo un mismo lenguaje y nivel de profesionalización.

Los desafíos

Verónica destacó retos como:

-Mantener procesos objetivos y transparentes para todos los proveedores.

-Alinear operaciones (los “ojos en tienda”) y asegurar el cumplimiento de los planogramas.

-Reforzar la capacitación no solo del equipo interno, sino también del lado proveedor.

-Superar la complejidad de clústerizar 21 tiendas, todas diferentes en tamaño y layout, algo que requiere un esfuerzo extra tanto de Central Madeirense como de sus partners.

¿Quieres conocer todos los detalles y aprendizajes de esta experiencia?

Adquiere [AQUÍ](#) el replay completo de la ponencia de Verónica Arvelo en el CATMAN Latin Forum 2024.

Y si tu empresa tiene un caso de éxito innovador, ¡ya puedes inscribirte para presentarlo en el CATMAN Latin Forum 2025! www.catmanlatinforum.com

Este es el espacio donde los Category Influencers de América Latina marcan el ritmo del mercado.



ORGANIZAN

OPENCatman
Interactive Category Management

PRESENTA TU CASO EN EL

CATMAN
LATIN FORUM

2025

INSPIRA AL SECTOR CON TU ÉXITO
EN **CATEGORY MANAGEMENT**

Postúlate ahora en:

WWW.CATMANLATINFORUM.COM

SHOPPER

MEMBERSHIP 3.0

2025



ES LA ÚNICA HERRAMIENTA EN EL MUNDO QUE TE AYUDARÁ A ARMAR UN PLAN COMERCIAL BASADO EN OPORTUNIDADES CONCRETAS EN CADA CANAL, FORMATO Y CADENA.

"Con más de 25 años de experiencia en el análisis del Shopper en América Latina, desarrollamos un programa único para México que entrega información detallada por Canal, Formato y Cadena, y adiciona una agenda de Webinars Shopper para identificar oportunidades en cada opción de compra.

¿QUÉ INCLUYE LA SHOPPER MEMBERSHIP 3.0?



Perfil del Shopper de +75 cadenas de México

Lectura sintética de las actitudes y del comportamiento del Shopper de los diferentes Canales, Formatos y Cadenas de México de Autoservicios, Convenience, Pharma & eCommerce.



Webinars Shopper de las principales Cadenas

Más de 30 sesiones online en directo destinadas a comprender las fuerza y oportunidades de las principales Cadenas de México.

¿QUÉ CADENAS CONTEMPLA LA SHOPPER MEMBERSHIP 3.0?

- Grupo Walmart
- Grupo Soriana
- Grupo Chedraui
- Grupo La Comer
- Grupo Ley
- Grupo HEB
- Grupo Al Super
- Costco
- Calimax
- S-Mart
- Waldo's
- Tiendas Neto
- Tiendas 3B
- Tiendas Bara
- Merza
- Merco
- Woolworth
- Almacenes del Sol
- Tiendas Dax
- Gran Bodega
- Zorro Abarrotero
- Scorpion
- Abarrotes Willys
- Dunosusa
- Garis
- Súper Sánchez
- Oxxo
- 7Eleven
- Circle K
- Six
- Modelorama
- Kiosko
- Farmacia Guadalajara
- Farmacia del Ahorro
- Farmacia Benavides
- Farmacia Yza
- Farmacia San Pablo
- Farmacias Similares
- Walmart.com.mx
- BodegaAurrera.com.mx
- SamsClub.com.mx
- Soriana.com
- Costco.com.mx
- Chedraui.com.mx
- CasaLey.com.mx
- FarmaciaGuadalajara.com
- FarmaciaSanPablo.com.mx
- Yza.mx
- Amazon
- Mercado Libre
- Rappi
- Uber Eats
- Didi Foods

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LA SHOPPER MEMBERSHIP?



SHOPPER

MEMBERSHIP 3.0

2025



WEBINARS SHOPPER

Próximas Sesiones:



WEBINAR SHOPPER HEB



Día: Jueves 5 de junio
Hora: 10 am (Cdmx)
Duración: 1 hora aproximadamente



WEBINAR WALMART EXPRESS



Día: Jueves 12 de junio
Hora: 10 am (Cdmx)
Duración: 1 hora aproximadamente



WEBINAR SHOPPER SAM'S CLUB



Día: Jueves 19 de junio
Hora: 10 am (Cdmx)
Duración: 1 hora aproximadamente



WEBINAR SHOPPER CHEDRAUI



Día: Jueves 26 de junio
Hora: 10 am (Cdmx)
Duración: 1 hora aproximadamente

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LA SHOPPER MEMBERSHIP?



RETAIL & CATMAN News



Galperín deja de ser CEO en Mercado Libre: comienza una nueva era

Después de 26 años al frente de Mercado Libre, Marcos Galperín, uno de los emprendedores más emblemáticos de América Latina, anunció que dejará su rol como CEO para asumir como Executive Chairman. A partir del 1 de enero de 2026, el liderazgo de la empresa pasará a Ariel Szarfsztej, actual President of Commerce y ejecutivo clave en la evolución del negocio.

“Lo mejor está llegando”, escribió Galperín en X (antes Twitter), destacando que el mayor desafío ahora es lograr una transición exitosa que permita a Mercado Libre trascender no solo a su fundador, sino también a su generación.

Ísimo sale a pelearle el mercado a D1 y Ara en Colombia

El retail colombiano vive un momento de reconfiguración acelerada. La cadena de supermercados Ísimo, del Grupo Olímpica, no quiere quedarse atrás y anunció un agresivo plan de expansión: abrirá 100 nuevas tiendas en 2025, con una inversión de \$140.000 millones, buscando posicionarse con fuerza frente a gigantes del bajo costo como D1 y Tiendas Ara.

Pero más allá de la cifra de aperturas, la estrategia de Ísimo revela un enfoque múltiple para capturar al consumidor colombiano: expansión geográfica, innovación logística, fortalecimiento de marcas propias y trabajo cercano con proveedores locales.



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



CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT



LIVE



OPENCatman
Interactive Category Management



¡NUEVA FECHA!

Bloque I: 2, 3 Y 4 JULIO

Bloque II: 22, 23 Y 24 JULIO

Live Master Training
impartido por:
YOÁN MONTOLIO



CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS

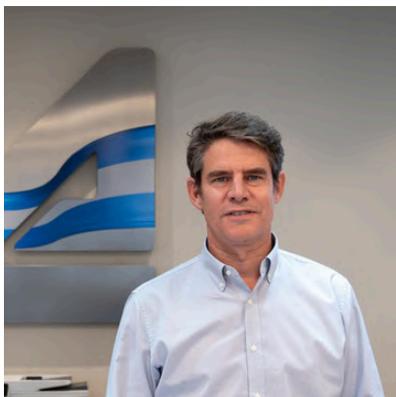


CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Cencosud arranca 2025 con fuerza: triplica ganancias y dispara su negocio digital

Cencosud tuvo un arranque de año poderoso: en el primer trimestre logró utilidades netas por CLP 126.442 millones (USD 131 millones), revirtiendo ampliamente la pérdida que había registrado en el mismo período del año pasado. Con ingresos consolidados por CLP 4.031.583 millones (USD 4.185 millones), el grupo mostró un crecimiento del 2,4% interanual, impulsado por sólidas performances en Chile, Estados Unidos, Argentina y Perú.

Pero el verdadero salto está en su rentabilidad: el EBITDA ajustado creció 10,4% respecto a 2024, alcanzando CLP 376.117 millones (USD 390 millones), gracias a mejores márgenes en varios de sus mercados clave, especialmente Chile, Perú y Colombia.

Otro motor clave fue el canal digital: las ventas online crecieron 8,8%, con más de 7 millones de tickets, destacándose especialmente EE. UU. (+30%) y Perú (+44%).

La Anónima: primera gran cadena de supermercados de América certificada como Empresa B

La Anónima hizo historia al convertirse en la primera gran cadena de supermercados de América en obtener la certificación como Empresa B, un reconocimiento otorgado por B Lab a las compañías que cumplen con altos estándares de desempeño social, ambiental, transparencia y responsabilidad.

Este logro no es solo un sello, sino el resultado de un camino iniciado en 2021, cuando la empresa formalizó su Compromiso de Triple Impacto al integrarlo en su modelo de negocio. Desde entonces, La Anónima se ha enfocado en minimizar riesgos y maximizar oportunidades en cada una de sus actividades, incorporando la mejora continua y la sostenibilidad como pilares de su estrategia.

FullMint: Geogalos se lanza al segmento de caramelos refrescantes

Geogalos presentó su nueva línea FullMint, una propuesta de caramelos refrescantes con efecto inhalante y siete sabores. Con producción propia en su planta de Victoria, Buenos Aires, la compañía entra por primera vez en el segmento de caramelos inhalantes, apostando fuerte a este nuevo desafío.

FullMint llega al mercado argentino con sabores como menta, menta strong, menta y cereza, menta y miel, menta y naranja, menta y chocolate, y mix de frutas. Además, se posiciona como Sponsor digital de la Liga Profesional de Fútbol, conectando con los consumidores a través del deporte y destacándose como ideal para refrescar el aliento incluso después de gritar goles apasionados.

“Apuntamos a construir una personalidad de marca espontánea, divertida y relajada”, expresó Gustavo Giménez, Director de Marketing de Geogalos.



Cencosud rediseña su estrategia para liderar el retail: expansión regional y una mirada al futuro

Cencosud trazó su hoja de ruta para los próximos años en su Junta Ordinaria de Accionistas. Más que repasar cifras, el encuentro fue una muestra clara de hacia dónde se dirige uno de los gigantes del retail regional, respaldado por una estrategia renovada, sólida expansión internacional y un compromiso reforzado con la innovación y la sostenibilidad.

El gerente general, Rodrigo Larraín, definió con precisión los cuatro pilares que guiarán a la compañía: crecimiento y rentabilidad; innovación y experiencia del cliente; ecosistema retail; y sostenibilidad. Este modelo no solo busca fortalecer la presencia de Cencosud en sus mercados actuales —Chile, Argentina, Perú, Colombia y Estados Unidos—, sino también adaptarse a los desafíos del entorno, manteniendo como eje su nuevo propósito: “Servir de forma extraordinaria en cada momento”.

Casino acelera su expansión internacional: abrirá 210 tiendas Franprix y Monoprix en Marruecos

El grupo francés Casino anunció este lunes una alianza estratégica con la empresa marroquí H&S Invest Holding, con el objetivo de abrir 210 tiendas bajo las marcas Franprix y Monoprix en Marruecos de aquí a 2035. Este ambicioso proyecto forma parte de la nueva estrategia internacional del grupo, que prioriza el modelo de franquicias para impulsar el crecimiento de sus marcas fuera de Francia.

El acuerdo contempla que las primeras aperturas se concreten en 2026. El grupo marroquí, descrito como un actor multimodal enfocado en la “economía de la vida”, ve esta alianza como una oportunidad para diversificar su portafolio en el retail y dinamizar la oferta comercial local, respondiendo a una clientela que busca calidad, cercanía y conveniencia.

Cambio en la gerencia legal de Cencosud: Nicolás Lustig asume el cargo

Cencosud S.A. informó que Sebastián Rivera Martínez, hasta hoy Gerente Corporativo de Asuntos Legales, ha decidido dejar su posición para emprender nuevos desafíos profesionales.

En su lugar asume Nicolás Lustig Falcón, abogado de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con Maestría en Derecho (LLM) de la Universidad de Duke y más de 25 años de trayectoria en el ámbito legal. Además, ha complementado su formación con programas ejecutivos y de alta dirección en la Universidad de los Andes.