

PANORAMA

RETAIL

25 años

Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
LATIN FORUM

2024

ABIERTA LA
CONVOCATORIA

CLF
2025



DULCE ARRIETA
CHEDRAUI MÉXICO



Chedraui
cuesta menos

Maestros de la Cava:
cómo Chedraui revolucionó la
experiencia del shopper en
vinos y licores



STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 03** Maestros de la Cava: cómo Chedraui revolucionó la experiencia del shopper en vinos y licores

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



MAESTROS DE LA CAVA: CÓMO CHEDRAUI REVOLUCIONÓ LA EXPERIENCIA DEL SHOPPER EN VINOS Y LICORES

En el marco del CATMAN Latin Forum 2024, Dulce Arrieta, Team Leader Mercadotecnia – Monetización en Grupo Chedraui México, presentó “Maestros de la Cava”, un proyecto que muestra cómo la gestión de categoría va mucho más allá del surtido o el planograma.



DULCE ARRIETA
CHEDRAUI MÉXICO

En el marco del CATMAN Latin Forum 2024, Dulce Arrieta, Team Leader Mercadotecnia – Monetización en Grupo Chedraui México, presentó un caso que se robó la atención: “Maestros de la Cava”, un proyecto que muestra cómo la gestión de categoría va mucho más allá del surtido o el planograma: se trata de crear experiencias vivas, memorables y estratégicas.

Grupo Chedraui, tercer actor del retail mexicano y con fuerte presencia en EE. UU., entendió que la categoría

de vinos y licores no solo es de alto valor y rentabilidad, sino que requiere una gestión diferencial. Los shoppers buscan no solo precio: quieren asesoría, descubrimiento, confianza y personalización.

El punto de partida: una categoría compleja y exigente

En un mercado donde las opciones son amplísimas —etiquetas, orígenes, variedades, maridajes—, muchos clientes enfrentan lo que se llama “fatiga de decisión”. El riesgo: perder la venta por falta de guía.

Chedraui vio aquí una oportunidad única: crear un entorno donde el cliente no solo encuentre productos, sino que viva una experiencia sensorial, educativa y atractiva. Así nació el programa Maestros de la Cava, que combina capacitación especializada, entorno físico cuidado y dinámicas de contacto directo.

La implementación: sommeliers como eje de la experiencia

Hoy, Chedraui cuenta con un equipo de 149 sommeliers distribuidos en tiendas clave de México.



Estos expertos no solo asesoran al cliente —ofreciendo recomendaciones personalizadas, explicando notas de sabor, proponiendo maridajes— sino que además garantizan la correcta ejecución del planograma, resurtido, orden y limpieza del área.

El programa incluye:

1. Capacitación anual con especialistas de las marcas: maestros cerveceros, mixólogos, enólogos, sommeliers, roneros.
2. Degustaciones en tienda para que el cliente pruebe antes de comprar.
3. Eventos icónicos como visitas a palenques en Oaxaca o haciendas en Tequila, para que los sommeliers vivan los procesos productivos de cerca.
4. Comunicación cercana, generando confianza con los clientes (“voy con David a que me recomiende un vino”) y logrando relaciones de largo plazo.

Incluso en pandemia, Maestros de la Cava no se

detuvo: las capacitaciones se adaptaron a cápsulas online, manteniendo la motivación del equipo y la conexión con los shoppers.

Los resultados: liderazgo, rentabilidad y fidelización

Hoy, Chedraui es el único retailer en México con una estructura de sommeliers de esta magnitud, lo que le ha permitido:

- Vender el doble en vinos y licores frente a cadenas tres veces más grandes
- Elevar el ticket promedio y las compras por volumen
- Consolidarse como la cadena con uno de los catálogos más robustos y diversos, incluyendo una destacada oferta de vino mexicano y francés.

El valor emocional de la experiencia

Como destacó Dulce, “el cliente busca más que una compra: busca una experiencia que lo haga regresar”. Desde el punto de vista del Category Management, esto significa que la experiencia no solo facilita la decisión de compra, sino que añade un valor emocional y racional que fortalece el vínculo con la tienda.

No es casualidad que Maestros de la Cava se haya convertido en un caso de escuela: muestra cómo la activación de categoría no depende solo de llenar estantes, sino de mover las categorías desde dentro, con equipos formados, aliados estratégicos y propuestas diferenciadoras.

Revive la ponencia completa de Dulce Arrieta

¿Quieres conocer todos los detalles, aprendizajes y estrategias detrás de este caso?

Adquiere el replay completo de la ponencia de Dulce Arrieta en el CATMAN Latin Forum 2024, [aquí](#).

Y si tu empresa tiene un caso de éxito o innovación que merezca ser contado, ¡ya puedes inscribirte para presentar en el CATMAN Latin Forum 2025!

Súmate al espacio donde los Category Influencers de América Latina marcan el ritmo y el futuro del retail.



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

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LA
SHOPPER MEMBERSHIP?



SHOPPER

MEMBERSHIP 3.0

2025



WEBINARS SHOPPER

Próximas Sesiones:



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



WEBINAR SHOPPER SORIANA MERCADO



Día: Jueves 03 de julio

Hora: 10 am (Cdmx)

Duración: 1 hora aproximadamente

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LA
SHOPPER MEMBERSHIP?



RETAIL & CATMAN News



FEMSA impulsa Oxxo Bank: infraestructura de 23.000 tiendas será clave para su expansión financiera

Spin by Oxxo, la fintech de FEMSA, avanza hacia un nuevo capítulo en su historia: convertirse en banco. Tras tres años de operación como Institución de Fondos de Pago Electrónico (IFPE), la empresa ya trabaja en el expediente que presentará ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para transformarse en "Oxxo Bank", una institución bancaria que promete impactar la vida financiera de más de 30 millones de mexicanos.

"Queremos eliminar barreras para millones de personas, facilitar su acceso al sistema financiero y ayudarlas a progresar en sus vidas", afirmó Ricardo Olmos, director de Spin by Oxxo, en entrevista con EL CEO.

Grupo Éxito cierra una etapa en Wall Street y Brasil para concentrarse en Colombia

Grupo Éxito acaba de dar un paso clave en su estrategia corporativa: completó con éxito el proceso de desliste de sus ADRs en la Bolsa de Nueva York y de sus BDRs en Brasil. La acción responde a una hoja de ruta trazada desde diciembre de 2024, cuyo objetivo es claro: consolidar su base accionaria en Colombia y concentrar su valor en su mercado de origen.

Aunque se preveía que el traslado del flotante brasileño demoraría unos 90 días, el proceso se completó en apenas unas horas. Esto no solo evidenció una operación ágil y eficiente, sino también una señal inequívoca del fuerte respaldo del mercado local y la alta demanda por el papel de Grupo Éxito, especialmente tras los sólidos resultados del primer trimestre del 2025.



¡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





Walmart Chile alcanza su tienda número 400 con nueva apertura en Viña del Mar

Walmart Chile celebró la apertura de su tienda número 400 en el país, marcando un hito en su trayectoria de 16 años de operaciones locales. El nuevo supermercado Lider, ubicado en Reñaca Alto dentro del Viña Outlet Park, es la segunda tienda en abrirse como parte del plan quinquenal de expansión que contempla 70 nuevas aperturas a lo largo del país.

Con esta incorporación, Walmart Chile consolida su presencia en la Región de Valparaíso con un total de 52 locales, posicionándola como la segunda región con mayor cobertura, luego de la Metropolitana.

“La apertura de nuestra tienda número 400 marca un hito para la compañía y reafirma nuestro compromiso con el país”, señaló Cristián Barrientos, CEO de Walmart Chile.



Shopper-centric: Grupo Dia lanza una guía para transformar la compra diaria en un acto de salud

En un contexto donde los consumidores buscan cada vez más acompañamiento real y herramientas confiables para mejorar su alimentación, Grupo Dia da un paso innovador al lanzar la ‘Guía para una compra inteligente y saludable’, un recurso educativo pionero desarrollado junto a la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC).

Esta iniciativa se inscribe dentro del programa ‘Comer mejor cada día’, parte del Plan de Sostenibilidad 2024-2025 ‘Cada día cuenta’, y representa un nuevo estándar en el sector: ofrecer contenido útil, riguroso y accionable pensado desde la experiencia del shopper, respondiendo a sus desafíos reales al momento de planificar y realizar la compra. “Esta guía es mucho más que un folleto informativo: es una herramienta de transformación”, señaló Martín Tolcachir, CEO de Grupo Dia.



Morixe renueva su línea de aceitunas con nuevos doypacks

Morixe lanzó al mercado nuevas presentaciones de aceitunas verdes en doypacks de 180g y 200g, disponibles en versiones enteras, descarazadas y rodajadas. Estos nuevos formatos se suman a los doypacks de 300g que ya integraban su portafolio, ofreciendo mayor variedad para adaptarse a diferentes necesidades de consumo.

Elaboradas con aceitunas seleccionadas de su finca en el Valle de Chilecito, La Rioja, estas presentaciones refuerzan el valor de origen y la calidad que distingue a la marca. Con un diseño atractivo y precios competitivos, Morixe continúa posicionándose como una opción accesible y confiable en el segmento de alimentos.

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management



Walmart apuesta fuerte por Yucatán: invertirá más de 1,900 millones de pesos hasta 2027

Walmart de México y Centroamérica anunció una inversión superior a los 1,900 millones de pesos en el estado de Yucatán durante el periodo 2025-2027, destinada a la apertura de 27 nuevas unidades de sus distintos formatos: Bodega Aurrera, Bodega Aurrera Express, Mi Bodega Aurrera, Sam's Club, Walmart Express y Walmart Supercenter.

El anuncio, realizado en el Palacio de Gobierno del Estado en presencia del gobernador Joaquín Díaz Mena, refleja una fuerte apuesta de Walmex por el potencial económico de la región y consolida su expansión en el sur del país.

"Nos entusiasma el potencial de crecimiento que nos plantea el futuro en el estado de Yucatán", expresó Javier Treviño Cantú, Vicepresidente Senior de Asuntos Corporativos de Walmex.

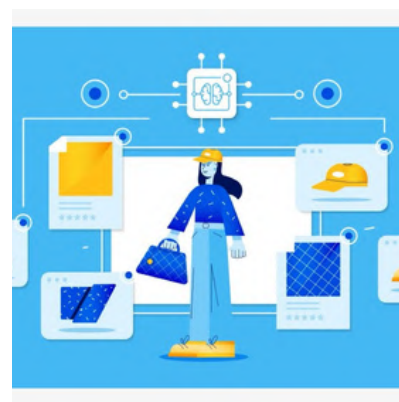


Beepure lanza su miel "extra white" y celebra 10 años como referente natural

En el marco de su décimo aniversario, BEEPURE, la marca argentina de alimentos naturales, suma a su portafolio una miel única: Extra White, 100% pura, natural y proveniente de colmenas seleccionadas en las praderas pampeanas.

Reconocida internacionalmente por su suavidad y dulzura equilibrada, esta miel blanca ofrece una textura delicada y un sabor con notas a chocolate blanco que promete conquistar incluso a quienes no suelen consumir miel.

Con este lanzamiento, BEEPURE refuerza su especialización en el mundo de la miel, categoría con la que dio sus primeros pasos, y que hoy acompaña con más de 70 productos naturales que abarcan dulces, granolas, cookies, snacks, cervezas artesanales y más. El nuevo producto ya puede encontrarse en supermercados y comercios del país.



Walmart acelera la moda con IA: de la tendencia al estante en solo ocho semanas

¿Quién decide qué está de moda? ¿Dónde nacen realmente las tendencias? Puede ser en un desfile, en TikTok o en una calle de Nueva York. Lo cierto es que, donde sea que emerjan, las tendencias viajan rápido, y eso representa un desafío –y una gran oportunidad– para Walmart. Por eso, la empresa más grande del mundo en retail lanzó Trend-to-Product, una herramienta desarrollada internamente que utiliza inteligencia artificial (IA) y generación de IA (GenAI) para detectar lo que está en auge y convertirlo en colecciones listas para vender en un tiempo récord.

Con esta innovación, Walmart logra reducir los tiempos de diseño y producción de ropa de seis meses a apenas seis a ocho semanas. La IA analiza datos globales, tendencias online, redes sociales y referentes de estilo para inspirar a sus equipos de diseño.