

# PANORAMA <sup>25 años</sup>

# RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

**CATMAN**  
LATIN FORUM

**BEES**

MARTIN SETTON

BEES ARGENTINA

ABIERTA LA  
CONVOCATORIA

**CLF**  
**2025**



El caso BEES: digitalización y personalización para transformar el comercio B2B de Argentina



## STAFF



**Frédéric Gautier**  
CEO de ILACAD World Retail



**Daiana Coronel**  
Journalist & Retail Analyst

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## *Nota principal*

- 03** BEES: digitalización y personalización para transformar el comercio B2B

## *Retail & Catman News*

- 05** Las últimas noticias de retail & Catman

ILACAD SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

Impartido por:

**Frédéric Gautier**  
CEO

**Carla Piña**  
Shopper Insights  
LATAM Director

LIVE

WEBINAR  
**SHOPPER**  
ILACAD LIVE EXPERIENCE

ZORRO ABARROTERO

ZORRO

28 de agosto / 10 am (hora Cdmx)  
Vía Zoom para Miembros Ilacad

¿Te interesa participar?  
¡Escribenos! Te decimos cómo

# EL CASO DE BEES ARGENTINA: DIGITALIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN PARA TRANSFORMAR EL COMERCIO B2B



**MARTIN SETTON**  
BEES ARGENTINA

En el CATMAN Latin Forum 2024, Martín Setton, Demand Acceleration Sr. Manager en Cervecería y Maltería Quilmes, presentó un caso que ilustra el impacto de la digitalización en el canal tradicional: BEES, la plataforma B2B que redefinió la relación con más de 200.000 clientes en Argentina.

El desafío inicial era claro: cómo modernizar la compra en el comercio minorista, altamente fragmentado y con puntos de venta de perfiles muy distintos, sin perder cercanía. La respuesta fue un modelo que combinó tecnología, personalización y cambio cultural.

## Las soluciones que cambiaron el juego

### 1. Un canal digital 24/7

BEES reemplazó la lógica de compra telefónica o presencial por una plataforma disponible todo el día, con precios transparentes, historial de pedidos y seguimiento en tiempo real. Esto redujo las fricciones y otorgó independencia a los comerciantes para decidir cómo y cuándo comprar.

### 2. Recomendaciones personalizadas con inteligencia de datos

El algoritmo de BEES analiza patrones de compra, estacionalidad, lanzamientos y hasta la geografía del punto de venta. De esta manera, cada cliente recibe promociones a medida y sugerencias de surtido que optimizan su rentabilidad. No se trata de una lista genérica de ofertas, sino de propuestas ajustadas a su negocio.

### 3. Marketplace ampliado

Más allá de las bebidas, BEES integró un ecosistema con más de 35 partners y más de 130 productos adicionales, que incluyen snacks, productos de limpieza y hasta artículos de conveniencia. Esto convirtió la plataforma en un hub integral de abastecimiento, simplificando la gestión del minorista.



#### 4. Programa de puntos y fidelización

Cada compra suma puntos que pueden canjearse por productos, tecnología o beneficios exclusivos. Esto fortalece el vínculo con el comerciante y fomenta la recompra, dándole a BEES una dimensión de lealtad más allá de la transacción.

#### 5. B-Force: redefinición del rol del vendedor

Tradicionalmente, el vendedor visitaba para tomar pedidos. Hoy, gracias a la digitalización, el rol se transformó: el algoritmo B-Force orienta a la fuerza de ventas para identificar beneficios no utilizados, oportunidades de cross-selling y ejecución en el punto de venta. El vendedor se vuelve un asesor estratégico que ayuda al cliente a crecer.

#### 6. Cultura digital y capilaridad nacional

El cambio no fue solo tecnológico: Quilmes impulsó

#### Resultados que hablan por sí solos

- Más del 90% de la facturación ya se procesa digitalmente.
- +31 puntos de mejora en el NPS desde 2020, reflejando mayor satisfacción y confianza de los clientes.
- Expansión del alcance a más de 300.000 puntos de venta en Argentina, integrando tecnología y cercanía en una misma estrategia.

#### Martín Setton lo sintetizó en una idea clave:

***“La venta no termina cuando el cliente compra. Termina cuando el shopper elige el producto en el punto de venta”.***

Esa visión conecta la digitalización con la ejecución física, garantizando que la innovación digital tenga un impacto real en la góndola.



¿Quieres profundizar en esta ponencia y conocer todos los detalles?

**Accede al replay completo del CATMAN Latin Forum 2024.**

Y si lideras un caso de éxito o una práctica innovadora en Category Management, postúlate para presentarlo en el CATMAN Latin Forum 2025, que se realizará del 7 al 9 de octubre en formato 100% online.

Hazlo aquí: [www.catmanlatinforum.com](http://www.catmanlatinforum.com)



ORGANIZAN



# CATMAN

L A T I N F O R U M

# 2025

100% ONLINE

EL MAYOR ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE CATEGORY MANAGEMENT

7, 8 Y 9 DE OCTUBRE 2025



**FRÉDÉRIC GAUTIER**  
Founder y CEO  
de **Ilacad World Retail**  
y **OPENCatman**



**BRIAN HARRIS**  
Creador y máximo  
exponente del  
**Category Management**

INSCRÍBETE EN

[www.catmanlatinforum.com](http://www.catmanlatinforum.com)



# RETAIL & CATMAN News



## Cencosud Perú inicia una nueva etapa: Fernando Ureta asume como Gerente País

Cencosud Perú anunció un cambio en su liderazgo que marca el inicio de una nueva etapa para la compañía en el país. Fernando Ureta asumió el cargo de Gerente País, reemplazando a Alfredo Mastrokalos, quien deja la posición tras 11 años al frente de la operación peruana.

Mastrokalos se incorporó a Cencosud en 2014 como Gerente de Proyectos Estratégicos en Chile, y en 2017 asumió la Gerencia de Administración y Finanzas en Perú. En 2019 fue designado Gerente País, liderando la consolidación y rentabilidad de la compañía, y dejando una huella significativa en el mercado local. Durante su gestión, impulsó el crecimiento sostenido de Cencosud en Perú y fortaleció su posicionamiento frente a la competencia.

## Grupo Éxito logra su mayor utilidad semestral en una década gracias al impulso en Colombia

Grupo Éxito alcanzó en el primer semestre de 2025 la utilidad neta más alta de la última década para este período, consolidando una ganancia de \$240.012 millones de pesos y revirtiendo las pérdidas del año anterior.

En Colombia, que representa el 76% de los ingresos del Grupo, el desempeño fue determinante: los ingresos operacionales sumaron \$8 billones de pesos en el semestre, un 4,6% más que en 2024. El EBITDA recurrente en el país creció 50,8% en el segundo trimestre, alcanzando \$347.917 millones de pesos, con un margen de 8,8%.



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



## CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

Live Master Training  
impartido por:



FRÉDÉRIC GAUTIER



YOAN MONTOLIO



¡NUEVA FECHA!

Bloque I: 2, 3 Y 4 SEPTIEMBRE

Bloque II: 23, 24 Y 25 SEPTIEMBRE

**OPENCatman**  
Interactive Category Management





## Dia revoluciona el mercado con su nueva gama de alimentos para mascotas avalada por veterinarios

Dia apuesta fuerte por el cuidado de los animales de compañía y lanza una innovadora gama de alimentos para perros y gatos que promete transformar el segmento de pet food en España. Bajo las marcas Deligato (para gatos) y Deliperro (para perros), la compañía incorpora 59 nuevas referencias, desarrolladas con el aval de veterinarios y pensadas para ofrecer una alimentación equilibrada, nutritiva y a precios accesibles.



## Grupo Éxito crece en Uruguay y refuerza su negocio inmobiliario en Argentina

En el segundo trimestre de 2025, las operaciones de Argentina y Uruguay representaron el 24% de los ingresos consolidados de Grupo Éxito, que alcanzó \$5,2 billones de pesos en el período.

En Uruguay, las ventas crecieron 4,1% en el trimestre y 4,9% en el semestre (excluyendo efecto de tipo de cambio).



## Mass desembarca en Chile y abre sus primeras cinco tiendas con enfoque en precios bajos

La cadena peruana de supermercados Mass, reconocida por su modelo de precios reducidos, inició su expansión en Chile y ya cuenta con cinco locales operativos. La llegada al país se concretó tras la adquisición de la cadena Erbi por parte del holding peruano Intercorp en octubre de 2024, marcando el inicio de su presencia en la región.

¡Aprende a liderar las entrevistas de Negociación, no te quedes fuera!



# LAS 5 REGLAS DE ORO DE LA NEGOCIACIÓN



**LIVE**



# CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU  
CUENTA EN

[www.opencatman.com](http://www.opencatman.com)

E INGRESA AL CATEGORY  
MANAGEMENT INTERACTIVO

**OPEN**Catman  
Interactive Category Management



Amazon amplía Same-Day Delivery con alimentos frescos



Juan Fera se despide de Marolio tras años de liderazgo en la compañía



Ampliar mercado: Mondelez lanza el primer alfajor Terrabusi sin gluten en Argentina

# 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.



Información por Cadena:

- Penetración
- Perfil
- Drivers de visita
- Misión de Compra
- Gasto Promedio
- Intensidad de compra por Familia de Productos
- ....y mucho más

¿QUÉ CADENAS CONTEMPLA LA SHOPPER MEMBERSHIP 3.0?

¿QUIERES FORMAR PARTE DE LA SHOPPER MEMBERSHIP?