

# PANORAMA <sup>25 años</sup> RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

## CATMAN LATIN FORUM 2025

EL ENCUENTRO QUE  
MARCARÁ LA AGENDA  
DEL CATEGORY  
MANAGEMENT  
EN AMÉRICA LATINA

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



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

### EXPERTOS DE TODA AMÉRICA LATINA



CHURCH & DWIGHT  
& WALMART MÉXICO





## STAFF



**Frédéric Gautier**  
CEO de ILACAD World Retail



**Daiana Coronel**  
Journalist & Retail Analyst

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## Nota principal

- 03** CATMAN Latin Forum 2025: el encuentro que marcará la agenda del Category Management en América Latina

## Retail & Catman News

- 05** Las últimas noticias de retail & Catman

Impartido por:  
**Soriana Express**

**Frédéric Gautier**  
CEO

**Carla Piña**  
Shopper Insights  
LATAM Director

¡Aprovecha!  
**6 y 13**  
Meses sin intereses

ILACAD  
SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

## WEBINAR SHOPPER ILACAD LIVE EXPERIENCE

**SORIANA EXPRESS**



18 de septiembre / 10 am (hora Cdmx)  
Vía Zoom para Miembros Ilacad

¿Te interesa participar?  
¡Escríbenos! Te decimos cómo

# CATMAN LATIN FORUM 2025: EL ENCUENTRO QUE MARCARÁ LA AGENDA DEL CATEGORY MANAGEMENT EN AMÉRICA LATINA

**ILACAD** WORLD RETAIL ORGANIZAN **OPENCatman** LATAM CATEGORY MANAGEMENT  
**CATMAN**  
 LATIN FORUM  
**2025**  
 100% ONLINE  
 EL MAYOR ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE **CATEGORY MANAGEMENT**  
 7, 8 Y 9 DE OCTUBRE 2025  
 INSCRÍBETE EN  
[www.catmanlatinforum.com](http://www.catmanlatinforum.com)  
 SOCIOS ESTRATÉGICOS: ATENAS, ANEP, CÁMARA DE PROVEEDORES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN, POPAI, PANORAMA RETAIL, AMERICA RETAIL, MEDIA PARTNERS OFICIALES



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



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

EXPERTOS DE TODA AMÉRICA LATINA



[Accede al programa completo aquí](#)

El **7, 8 y 9 de octubre de 2025**, el mundo del retail y del Category Management tendrá una cita imperdible: el **CATMAN Latin Forum 2025**, el mayor encuentro latinoamericano de la disciplina, organizado por Ilacad World Retail & OPENCatman.

Este año, el foro online reunirá a **expertos de más de 10 países**, con un enfoque renovado que combina visión estratégica, casos prácticos y la

participación de referentes globales.

Como es tradición, el encuentro contará con la presencia del **Dr. Brian Harris**, creador y máximo exponente del Category Management, junto a **Frédéric Gautier**, fundador de **Ilacad World Retail & OPENCatman** y difusor de la práctica en América Latina desde hace más de 25 años.

## Un programa diseñado para inspirar y transformar



### Día 1 – Desafíos del Category Management en América Latina

La jornada abrirá con **Brian Harris junto a Julie Beck (Intent AI EE.UU.)**, quienes presentarán los próximos pasos del IA-Driven Catman.

Luego, el foco se trasladará a una de las potencias regionales, con un **Bloque Especial Brasil** que se abrirá con un panorama del mercado a cargo de **Michael Varjão**, embajador de OPENCatman Brasil, y contará con referentes como **Fátima Merlin**, Senior Advisor **Intent AI Brasil**, y **Julio Augusto Mello Gomes**, Vice President of Research & Education de **POPAI Brasil**, quienes compartirán experiencias sobre shopper-insights, investigación y colaboración.

Más adelante, se presentarán casos de alto impacto, como el de **Miguel Ziegler**, Head Varejo Alimentar de **Postos Mime**, y **Antônio Júnior** de **Grupo Superno**, que mostrarán cómo el Category Management transforma categorías en contextos altamente competitivos.

A ellos se sumará **Reckitt Brasil**, demostrando cómo los grandes proyectos de ejecución y colaboración están redefiniendo la relación fabricante–retail en el Category Management del mercado brasileño.

**INSCRÍBETE SIN COSTO**

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



 **Bloque: Especial Brasil**



**OPENCatman**  
Interactive Category Management

MÉX: 9:20 COL: 10:30 VEN: 11:30 ARG/BR: 12:30

**Michael Varjão** Embajador **OPENCatman Brasil**  
“Un gigante por su propia naturaleza: el comercio minorista brasileño”



 **Intent AI**

MÉX: 9:30 COL: 10:30 VEN: 11:30 ARG/BR: 12:30

**Fatima Merlin** Senior Advisor, **Brazil Intent AI**  
“La oportunidad de la IA en Category Management para Brasil”



**POPAI**  
PART OF THE GLOBAL NETWORK BRASIL

MÉX: 10:00 COL: 11:00 VEN: 12:00 ARG/BR: 13:00

**Julio Augusto Mello Gomes** Vice President of Research and Education **POPAI Brasil**  
“Colaborando para generar valor”



**mime**  
Tudo bem no caminho.

MÉX: 10:30 COL: 11:30 VEN: 12:30 ARG/BR: 13:30

**Miguel Ziegler** Head varejo alimentar **Postos Mime Brasil**  
Los desafíos del CatMan en tiendas de conveniencia de estaciones de servicio y en el mercado de proximidad



 **supernosso**

MÉX: 11:00 COL: 12:00 VEN: 13:00 ARG/BR: 14:00

**Antônio Júnior** Gestor de categorías en **Grupo Supernosso Brasil**  
“Caso de éxito: Estrategias de Gerenciamiento por Categorías en Salsas Culinarias”



 **reckitt**

MÉX: 11:30 COL: 12:30 VEN: 13:30 ARG/BR: 14:30

**Malaquias Romualdo** Leadersheap Program en **Reckitt Brasil**

**INSCRÍBETE SIN COSTO**

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



## Día 2 – Best Practices en el Canal Pharma y Retailers

El segundo día contará con dos bloques imperdibles: uno dedicado al **sector farmacéutico**; y otro para **aprender con retailers food y non-food**. Participarán: **Farmacias del Ahorro de México**, **Farmaquick Canadá**, **Grupo La Vita España**, **Rogerio Lima de TPG Latam**.

Este día también abrirá espacio para grandes retailers regionales, que compartirán cómo están profesionalizando la práctica y enfrentando los desafíos de la competitividad en sus mercados. Se destacan: **Soriana y 7-Eleven de México**, **SMU Chile** y **Maja Sport de México**

### CANAL PHARMA: Category Management Best Practices



MÉX: 8:30 COL: 9:30 VEN: 10:30 ARG/BR: 11:30

**Frédéric Gautier** Founder y CEO de **Ilacad World Retail & OPENCatman**  
 “Panorama del Canal Moderno de Farmacias en América Latina”



MÉX: 9:00 COL: 10:00 VEN: 11:00 ARG/BR: 12:00

**Rogerio Lima** TPG LATAM Partner & Fundador de **GC Líderes Brasil**  
 “Desarrollo de Categorías en el sector Pharma”



MÉX: 9:30 COL: 10:30 VEN: 11:30 ARG/BR: 12:30

**José Luis Rodríguez Vallejo** Gerente Sr. **CATMAN** Farmacias del Ahorro México  
 “El lado oscuro del Category Management”



MÉX: 10:00 COL: 11:00 VEN: 12:00 ARG/BR: 13:00

**Alejandro García Fernández** CEO y fundador de **Grupo La Vita España**  
 “La Vita: Health & Beauty Concepts”



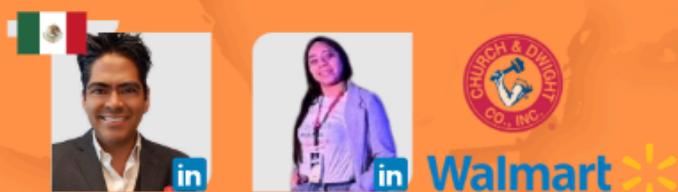
MÉX: 10:30 COL: 11:30 VEN: 12:30 ARG/BR: 13:30

**Tatiana Rivero** Fundadora & Retail Strategist de **Farmaquick**  
 “Pequeños Formatos, Grandes Decisiones: el Retail que se viene”

## Día 3 – Category Influencers y Best Practices

La agenda de tres días cerrará con casos que redefinen la práctica del Category Management, incluyendo experiencias de Alpura México, Unilever Colombia, Heinz Venezuela y más.

Un punto destacado será la ponencia conjunta de Church & Dwight junto al principal retailer de México, Walmart, quienes compartirán aprendizajes de colaboración en la categoría depilación.



MÉX: 8:30 COL: 9:30 VEN: 10:30 ARG/BR: 11:30

**Israel Díaz** Category Management Manager en **Church & Dwight México** junto a **Gisel Martínez Mereles**, Space & Assortment en **Walmart de México y Centroamérica**  
**“Depilación: me olvido del vello, pero nunca de mí”**



MÉX: 9:00 COL: 10:00 VEN: 11:00 ARG/BR: 12:00

**Ivette Godínez** Head Category Management & Shopper Insights **Alpura México**  
**“OPENCatman en acción: la ruta hacia la foto de éxito”**



MÉX: 9:30 COL: 10:30 VEN: 11:30 ARG/BR: 12:30

**Daniela Ramírez Navarro** CatMan Chief **Unilever Colombia**  
**“Impulsando el Crecimiento en Desodorantes: Enfoque estratégico, conectando el beneficio con el shopper en el momento de decisión”**



MÉX: 10:00 COL: 11:00 VEN: 12:00 ARG/BR: 13:00

**Arleth Orozco** Gerente de Trade Marketing Canal Moderno en **HEINZ Venezuela**  
**“Category influencer: piloto OPENCatman ”**

### Un espacio para inspirar y compartir

El CATMAN Latin Forum 2025 no solo busca transmitir conocimiento, sino también crear comunidad. Es el punto de encuentro donde retailers, fabricantes y consultores de toda la región comparten experiencias, aprendizajes y herramientas para llevar la práctica del Category Management al siguiente nivel.

INSCRÍBETE SIN COSTO

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



# RETAIL & CATMAN News



## La familia Coelho Diniz pide cambios en el directorio de GPA tras alcanzar el 24,6% del capital

La familia Coelho Diniz, que recientemente alcanzó una participación conjunta del 24,6% de las acciones ordinarias de GPA (Companhia Brasileira de Distribuição), solicitó formalmente la convocatoria de una Asamblea Extraordinaria de Accionistas (AGE) con el objetivo de remover a todo el directorio y elegir nuevos miembros.

En la comunicación enviada a la compañía, los accionistas aclararon que su intención es lograr una representación en el directorio acorde con su peso accionario, proponiendo la designación de perfiles técnicos y con habilidades específicas para enfrentar los desafíos estratégicos de la empresa.

## Las colaboraciones con marcas icónicas, éxito probado: el caso de Hello Kitty con 7-Eleven

Las alianzas de cobranding entre marcas de consumo masivo y personajes o franquicias icónicas han demostrado ser estrategias altamente efectivas para generar tráfico, engagement digital y conexiones emocionales profundas con el público. Un ejemplo reciente es la colaboración entre Hello Kitty y 7-Eleven en Asia, que lanzó merchandising coleccionable con diseños kawaii y se basa en winking emocional y nostalgia.

En paralelo, OXXO en Perú ha adoptado una estrategia similar con sus denominadas "tiendas insignia", espacios temáticos que elevan la experiencia de compra.



## RETAIL ANALYTICS & PLANNING

LOS KPIS DE LOS CURSOS  
ILACAD RETAIL TRAININGS



FECHA:

1, 2 Y 3 OCTUBRE

HORA:

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



LIVE

Live Master Training  
impartido por:  
YOAN MONTOLIO



# EL FENÓMENO TIENDAS 3B EN MÉXICO



Datos shopper y de negocio que debes conocer

## CRECIMIENTO IMPARABLE

Cerró 2024 con 2,772 tiendas  
 Récord: 484 aperturas en un solo año

## MARCAS PROPIAS

Más del 53% de las ventas son marcas propias  
Ejemplos: Vaca Blanca, Lactibu, Impek

## VENTAS EN AUGE

+57 mil millones de pesos en ventas  
 Crecimiento anual +30%, por arriba de ANTAD

## GASTO PROMEDIO

Ticket promedio: \$193 → \$241 (2022–2025)  
 En términos reales se mantiene estable → shopper sensible al precio

## PODER DEL PRECIO

55% de los shoppers visitan 3B por precio  
 La cercanía ya no es el driver principal

## VISIÓN A FUTURO

Plan 2025: abrir 500–550 nuevas tiendas  
 Refuerza su liderazgo en hard discount

## MISIÓN DE COMPRA

4 de cada 10 visitas son de abastecimiento  
→ 3B compete como sustituto del supermercado económico

¿Quieres saber más del shopper de Tiendas 3B?

MÁS INFO



Newsan Cdimex



ISIMON SARKANY TUCCI FAS  
F Elizabeth Arden Rasasi AFNAN AL



Newsan sigue creciendo e ingresa en el segmento de fragancias con la compra del 50% de Cdimex

Clinique llega a Amazon y refuerza el crecimiento del mercado de belleza en México

The Home Depot México impulsa su expansión y fortalece logística y ventas digitales

# 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



Nestlé responde al auge del café frío con nueva planta de producción en Malasia



e-Commerce impulsa a las farmacias: crecen ventas online de medicamentos



Nestlé nombra a Guillermo Canosa como nuevo Director de Ventas

# 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?