PATAL CALATI

Expertos en Retail & Category Management

CATMAN
LATIN FORUM
2025

"EL PROCESO DE 13 PASOS IMPULSADO POR IA SERÁ EL NUEVO ESTÁNDAR GLOBAL DEL CATEGORY MANAGEMENT"



02 Panorama Retail



ÍNDICE DE CONTENIDOS

STAFF



Frédéric GautierCEO de ILACAD World Retail



Journalist & Retail Analyst

Nota principal

"El proceso de 13 pasos impulsado por lA será el nuevo estándar global del Category Management" - Brian Harris

Retail & Catman News

07 Las últimas noticias de retail & Catman





FARMACIAS YZA

+ 6 de Noviembre / 10 am (hora Cdmx) Vía Zoom para Miembros Ilacad

> ¿Te interesa participar? ¡Escríbenos! Te decimos cómo

"EL PROCESO DE 13 PASOS IMPULSADO POR IA SERÁ EL NUEVO ESTÁNDAR

GLOBAL DEL CATEGORY





El creador y principal referente mundial del Category Management, Brian Harris, volvió a marcar el rumbo de la disciplina en el CATMAN Latin Forum 2025. Junto a Julie Beck, Chief Customer Officer de Intent AI, presentó la nueva generación del proceso CatMan: un modelo de 13 pasos impulsado por inteligencia artificial que redefine cómo retailers y fabricantes planifican, ejecutan y miden sus categorías.



El futuro del Category Management ya tiene nombre: IA-Driven CatMan

Durante su esperada presentación en el CATMAN Latin Forum 2025, Brian Harris —creador del Category Management y fundador de Intent Ai—junto a Julie Beck, CCO de su compañía, revelaron la evolución más significativa del modelo desde su creación hace más de tres décadas: un proceso de 13 pasos potenciado por inteligencia artificial,

diseñado para responder a la nueva complejidad del comercio y los shoppers.

JULIE BECK

Harris recordó que el modelo original de ocho pasos nació en los años 90 con el objetivo de establecer un lenguaje común entre retailers y fabricantes, estructurando la gestión de categorías en base a datos, colaboración y enfoque shoppercentric.

NOTA PRINCIPAL 04

Sin embargo, subrayó que el contexto actual exige mucho más que una revisión incremental: requiere una transformación completa.

"El Category Management necesita evolucionar de un proceso secuencial a un sistema continuo, donde los datos y la inteligencia artificial permitan aprender, ajustar y decidir en tiempo real", explicó Harris.

Del proceso lineal a un sistema vivo

La nueva propuesta de Harris y Beck amplía el modelo a 13 pasos interconectados, donde cada etapa se alimenta del aprendizaje generado por la anterior.

Entre los principales cambios destacan:

- Integración total de IA y analítica avanzada:
 el modelo propone incorporar inteligencia
 artificial desde la fase de definición de la
 categoría hasta la evaluación de resultados,
 permitiendo simular escenarios, proyectar
 impactos y optimizar estrategias.
- Mayor granularidad en el shopper understanding: gracias al machine learning, ahora es posible identificar microsegmentos, misiones de compra emergentes y patrones de comportamiento imposibles de detectar con metodologías tradicionales.

 Ejecución dinámica: los planes de categoría dejan de ser documentos estáticos y se convierten en sistemas vivos capaces de adaptarse continuamente a nuevas variables, desde precios y surtido hasta competencia o cambios macroeconómicos.

Julie Beck reforzó este punto al mostrar ejemplos reales de cómo Intent AI está aplicando modelos predictivos para mejorar la toma de decisiones en categorías de alta rotación.

"La IA no reemplaza la intuición humana, la potencia. Nos ayuda a descubrir lo que no vemos y a entender mejor las causas detrás de los resultados", destacó Beck.

IA como acelerador de colaboración

Harris también hizo hincapié en que la tecnología no es el fin, sino el medio para **fortalecer la colaboración** entre retailers y fabricantes.

Con el nuevo modelo, el objetivo no es solo optimizar la eficiencia o la rentabilidad, sino crear **ecosistemas de decisión compartida**, donde ambos actores trabajan sobre datos transparentes, simulaciones comunes y métricas acordadas.

"La IA no elimina el arte del Category Management. Lo eleva a un nuevo nivel de precisión y velocidad. Nos permite tomar mejores decisiones, más rápido, y con menos sesgo", afirmó. NOTA PRINCIPAL 05

Un nuevo estándar global en construcción

Según Harris, este proceso de 13 pasos impulsado por lA no es un experimento, sino la próxima versión oficial del Category Management.

Anticipó que, en los próximos cinco años, este será el nuevo estándar global adoptado por la industria.

"Estamos presenciando el nacimiento del CatMan 3.0. El modelo que guiará el trabajo de las próximas décadas", señaló Brian Harris.

Una alianza estratégica para el futuro del retail

El trabajo conjunto de Brian Harris y Julie Beck simboliza la unión entre la metodología original del Category Management y la tecnología predictiva de nueva generación.

El resultado es un marco más inteligente, ágil y adaptable, que permitirá a los equipos de retail y trade marketing anticipar tendencias y reaccionar con precisión ante los cambios del shopper y del mercado.





MEMBRESÍA ILACAD RETAIL TRAINING

¡Asegura tu cierre de año 2025 y 2026 con equipos capacitados al 100!





29 de octubre 10 am (hora Cdmx) Vía Zoom



NOTA PRINCIPAL 06

Inspiración y visión compartida

La participación de **Brian Harris en el CATMAN Latin Forum** es, desde hace años, un símbolo del compromiso del foro con la excelencia y la evolución constante de la disciplina.

Su respaldo, sumado a la colaboración con figuras como Julie Beck, refuerza el papel del CLF como la referencia más importante de Category Management en América Latina y el mundo de habla hispana.

Si deseas acceder al replay completo de esta presentación, puedes hacerlo a través de **www.catmanlatinforum.com**.

Además, si lideras un caso innovador o una práctica ejemplar, postúlate para el CATMAN Latin Forum 2026 y comparte tu experiencia con la comunidad que marca el futuro del Category Management.

POSTULA TU CASO PARA EL CATMAN LATIN FORUM 2026



RETAIL & CATMAN News



Walmart México inicia una nueva etapa de marca con "Porque la vida sucede todos los días"

A 32 años de su llegada a México, Walmart anuncia una evolución integral de marca bajo el concepto "Porque la vida sucede todos los días", un mensaje que busca reflejar su rol en la cotidianidad de millones de familias mexicanas y acompañarlas en sus decisiones de compra diarias con una propuesta moderna, cercana y consistente con su propósito: ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor.

<u>Dia y bp inauguran las primeras tiendas</u> <u>conjuntas en estaciones de servicio de Madrid</u>

Dia y bp dieron inicio a su alianza estratégica con la apertura de las dos primeras tiendas Dia en estaciones de servicio de la Comunidad de Madrid. Los nuevos puntos de venta están ubicados en Pozuelo de Alarcón (M-503, Vía de las Dos Castillas, 6) y Las Rozas (Calle Cruces, S/N), y marcan el comienzo de un acuerdo que busca ofrecer a los clientes una experiencia de compra rápida, accesible y de calidad mientras repostan.

Durante esta primera fase, se abrirán 10 tiendas piloto en estaciones de servicio bp en Madrid y Andalucía, con la posibilidad de ampliar el proyecto a otras regiones según los resultados. Las tiendas operarán bajo la marca Dia y ofrecerán un surtido equilibrado entre productos propios y de los principales fabricantes, manteniendo el modelo de proximidad característico de la enseña.



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



CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT









ENFOCAR SU PLAN DE CATEGORÍA O MARCA AL SHOPPER



FECHA:

4, 5 Y 6 NOVIEMBRE

HORA:

00 - 11:00 g m (Hr. CDM)











Los séniors

priorizan la compra
diaria, la tienda
física y las ofertas
como fórmula de
ahorro

Cachamai amplía
su portafolio e
ingresa al
segmento de
alimentos
saludables

Walmart refuerza
su compromiso
con la salud: abre
su cuarto Centro
de Servicios
Médicos en México

CREAY COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY MANAGEMENT INTERACTIVO









Dia alcanza el 5,1%
de cuota de
mercado y
consolida su
crecimiento en
España

Walmart Chile,
nuevamente
nueva edición
reconocido como el limitada "Sour" con
supermercado más sabor Manzana Verde
innovador

SHOPPER MEMBERSHIP 3.0 2025





ES LA ÚNICA HERRAMIENTA EN EL MUNDO QUE TE AYUDARÁ A ARMAR UN PLAN COMERCIAL BASADO EN <u>Oportunidades</u> concretas en Cada <u>Canal</u>, <u>Formato</u> y <u>Cadena</u>.





Información por Cadena:

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

....y mucho más

