PANORAMA RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

ILACAD WORLD RETAIL

CÓMO ESTÁN COMPITIENDO

LAS PRINCIPALES CADENAS DE MÉXICO

El análisis shopper que revela fortalezas, oportunidades y amenazas en las principales cadenas del retail mexicano.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

STAFF

Frédéric Gautier
CEO de ILACAD World Retail

Daiana Coronel
Journalist & Retail Analyst

Nota principal

04 Cómo están compitiendo las principales cadenas de México

Retail & Catman News

11 Las últimas noticias de retail & Catman

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS

CREA TU CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman

Interactive Category Management

CÓMO ESTÁN COMPITIENDO LAS PRINCIPALES CADENAS DE MÉXICO

El análisis shopper que revela fortalezas, oportunidades y amenazas en las principales cadenas del retail mexicano.

El análisis shopper que revela fortalezas, oportunidades y amenazas en las principales cadenas del retail mexicano.

El shopper mexicano está cambiando la forma en que compiten las cadenas.

En 2025, **el precio se mantiene como el principal factor de decisión al elegir un punto de venta**, en un entorno donde el consumidor ha desarrollado una mayor capacidad para comparar entre formatos, canales y alternativas disponibles.

Hoy, el shopper visita en promedio **7.9 puntos de venta al mes**, lo que refleja un comportamiento cada vez más fragmentado y estratégico: compra en distintos canales según la misión, el momento y el beneficio que busca optimizar.

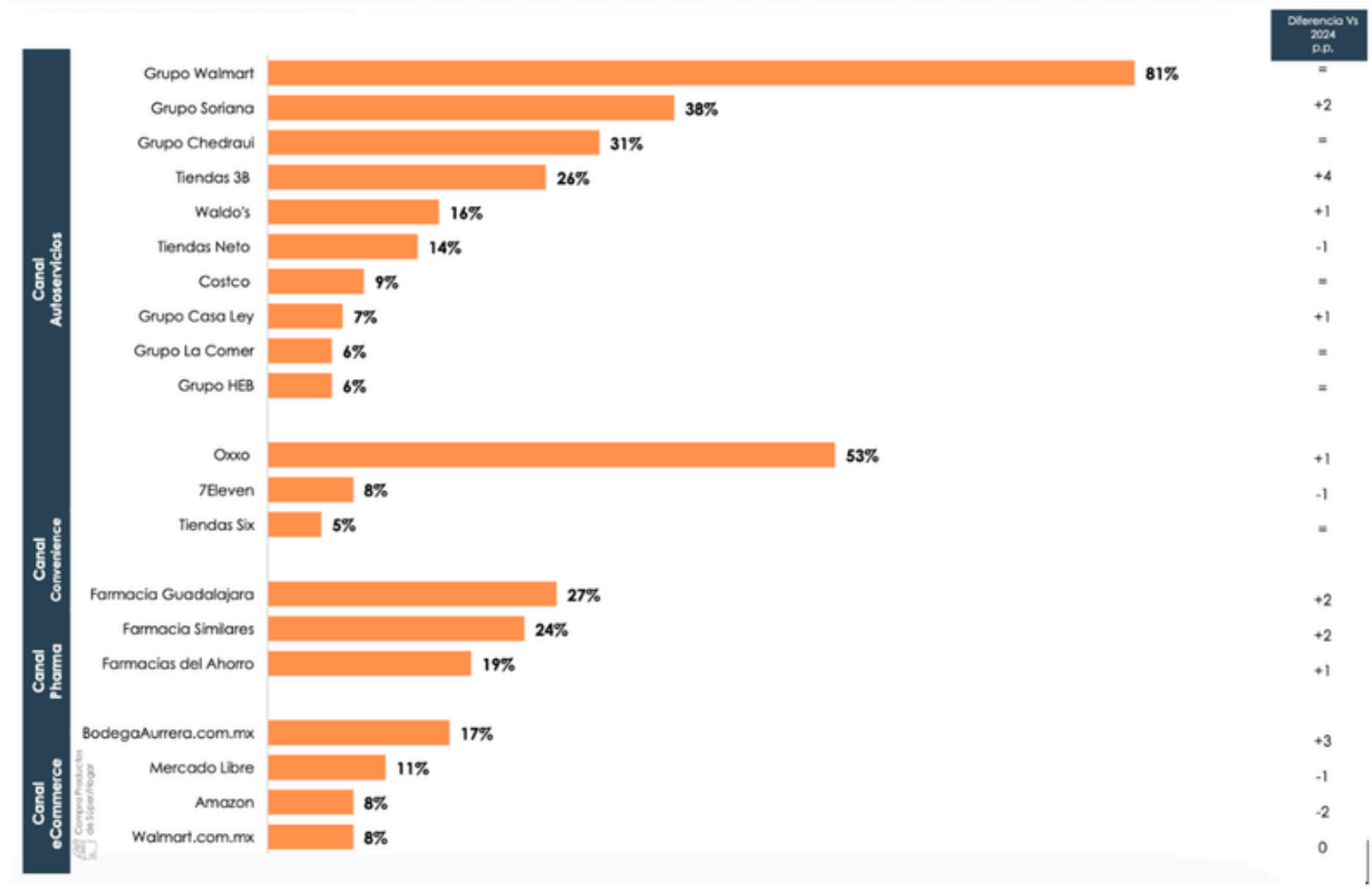
Este comportamiento se traduce directamente en el terreno competitivo.

Por ejemplo, en autoservicios, **Walmart alcanza una penetración del 81%,** mientras que jugadores como **Soriana (38%) y Chedraui (31%)** compiten por posicionarse como alternativas relevantes en la misión de compra.

En paralelo, formatos como **tiendas de descuento (26% en el caso de Tiendas 3B)** continúan ganando relevancia en un entorno donde el shopper prioriza precio y cercanía, respaldados además por planes de expansión agresivos.

El canal de conveniencia muestra una lógica distinta: **Oxxo alcanza una penetración del 53%**, impulsado por la necesidad de inmediatez, relevante **para el 57% de los mexicanos.**

En conjunto, estos datos reflejan un entorno donde el shopper distribuye su gasto entre múltiples cadenas, obligando a los retailers a competir de forma cada vez más estratégica.



Este análisis forma parte del **Estudio Shopper de ILACAD**, que integra información detallada del comportamiento del shopper en **más de 75 cadenas a nivel nacional**, cubriendo distintos canales y formatos del retail.

Cómo están compitiendo las principales cadenas del retail mexicano

El análisis **shopper** que revela fortalezas, oportunidades y amenazas

El shopper mexicano está redefiniendo la competencia

PRECIO

El consumidor compara más entre formatos, canales y alternativas

7.9 PDV AL MES

El shopper distribuye su compra según misión, momento y beneficio

Autoservicios: liderazgo y competencia

Walmart
81 %
de penetración

Soriana
38 %
de penetración

Chedraui cuesta menos
31 %
de penetración

Compiten por relevancia en la misión de compra

BBB
26 %
de penetración

OXXO
53 %
de penetración

El formato crece impulsado por precio, cercanía y expansión

57% prioriza inmediatez

El shopper distribuye su gasto entre múltiples cadenas, obligando a competir con estrategias cada vez más precisas

SHOPPER MEMBERSHIP 3.0 ILACAD WORLD RETAIL

El estudio abarca:

- **Autoservicios** (Walmart, Soriana, Chedraui, La Comer, HEB, entre otros)
- **Conveniencia** (Oxxo, 7-Eleven, Circle K, Six, Modelorama)
- **Farmacias** (Farmacia Guadalajara, Farmacias del Ahorro, Benavides, San Pablo, Similares)
- **eCommerce** (Amazon, Mercado Libre, plataformas de retailers y last mile)

Más de 75 cadenas analizadas a nivel nacional, cubriendo todos los canales relevantes del retail mexicano

ESTUDIO SHOPPER AUTOSERVICIOS

- Walmart Supercenter
- Bodega Aurrera
- Mi Bodega Aurrera
- Bodega Aurrera Express
- Walmart Express
- Sam's Club
- Soriana Híper
- Soriana Súper
- Soriana Mercado
- Soriana Express
- City Club
- Mega Soriana
- Chedraui
- Chedraui Selecto
- Súper Chedraui
- Súper Chedraui Selecto
- Súper Che
- Supercito
- Supercito Selecto
- La Comer
- Fresko
- City Market
- Ley
- Súper Ley
- Ley Express
- Súper Ley Express
- Ley Súper Express
- Costco
- H-E-B
- Mi Tienda del Ahorro
- Calimax
- S-Mart
- Al Super
- Al Super Plus
- 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

ESTUDIO SHOPPER CONVENIENCE

- Oxxo
- 7Eleven
- Circle K
- Six
- Modelorama
- Kiosko

ESTUDIO SHOPPER PHARMA

- Farmacia Guadalajara
- Farmacia del Ahorro
- Farmacia Benavides
- Farmacia Yza
- Farmacia San Pablo
- Farmacias Similares

ESTUDIO SHOPPER ECOMMERCE

- 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

Lo que permite construir una visión integral de cómo está evolucionando el shopper y **cómo compiten las principales cadenas del país desde la perspectiva del consumidor.**

En este contexto, entender **cómo está compitiendo cada cadena se vuelve fundamental.**

Por ello, durante 2026 la comunidad Sho**pper ILACAD** desarrollará una agenda de análisis a través de los **Webinars Shopper ILACAD Live Experience**, donde se profundiza en la propuesta de valor de los principales retailers del país.

Cada sesión está diseñada para generar **insights accionables en solo una hora**, presentando los hallazgos del estudio shopper y construyendo un **análisis FODA de la cadena**, que permite identificar:

• Fortalezas del formato frente al shopper
• Oportunidades de crecimiento por misión de compra
• Debilidades en la propuesta de valor
• Amenazas dentro del entorno competitivo

El objetivo es que los participantes **salgan con una lectura estratégica clara de cada cadena**, entendiendo dónde están las oportunidades reales para sus categorías y su negociación comercial.

¿A quién está dirigido?

Profesionales de:

- Trade Marketing
- Category Management
- Key Account Management
- Ventas
- Shopper & Consumer Insights
- Marketing estratégico

Formato de las sesiones

- Jueves
- 10:00 am (CDMX)
- Duración: 1 hora
- Sesión en vivo online

La participación en estos webinars es **exclusiva para los miembros de la comunidad Shopper ILACAD**, quienes acceden durante todo el año a esta agenda de análisis y contenidos especializados.

¿Ya formas parte de la comunidad Shopper ILACAD?

Si aún no eres miembro, esta es tu oportunidad de **sumarte a la agenda completa 2026** y acceder al análisis de las principales cadenas del país.

SHOPPER MEMBERSHIP 3.0

AGENDA 2026
Webinars Shopper Ilacad Live Experience

Estudio Shopper Omnicanal 2026	30 de abril
Shopper Walmart Supercenter	7 de mayo
Shopper Soriana (Híper y Súper)	14 de mayo
Shopper La Comer	28 de mayo
Shopper Farmacia Guadalajara	4 de junio
Shopper HEB	11 de junio
Shopper Tiendas 3B	18 de junio
Shopper Sam's Club	25 de junio
Shopper Chedraui (Híper y Supercito)	2 de julio
Shopper Soriana (Mercado y Express)	9 de julio
Shopper Bodega Aurrera	16 de julio
Shopper eCommerce	23 de julio
Shopper Bodega Aurrera Express	6 de agosto
Shopper Oxxo	13 de agosto
Shopper Casa Ley	20 de agosto
Shopper Tiendas Neto	27 de agosto
Shopper Farmacia Benavides	3 de septiembre
Shopper El Zorro	10 de septiembre
Shopper 7 Eleven	24 de septiembre
Shopper Costco	1° de octubre
Catman Latin Forum 2026	6, 7 y 8 de octubre
Shopper Chedraui Selecto	15 de octubre
Shopper Walmart Express	22 de octubre
Shopper Farmacias del Ahorro	29 de octubre
Shopper S-mart	5 de noviembre
Shopper Farmacias Yza	19 de noviembre
Shopper Calimax	26 de noviembre

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.

ILACAD WORLD RETAIL

ORGANIZAN

OPENCatman
Interactive Category Management

SÉ PARTE DEL

CATMAN
LATIN FORUM
2026

6, 7 y 8 de octubre

Evento 100 % online

¡Presenta tu caso, conviértete en category influencer!

Postúlate hoy

www.catmanlatinforum.com

RETAIL & CATMAN *News*

Amazon acelera en Brasil con entregas en 15 minutos y refuerza la competencia en quick commerce

Amazon da un paso clave en su estrategia en América Latina con el lanzamiento de Amazon Now en Brasil, un servicio de entrega de alimentos y productos esenciales en apenas 15 minutos, que marca su entrada más decidida en el segmento de quick commerce en la región.

Jerónimo Martins crece en ventas en un contexto de consumo cauteloso y acelera en Colombia

El grupo Jerónimo Martins cerró 2025 con un sólido desempeño comercial en un escenario marcado por un consumo más cauteloso y altamente sensible al precio.

Assaí: Wlamir dos Anjos deja la compañía y se reorganizan áreas clave del negocio

Sendas Distribuidora (Assaí) anunció la salida de Wlamir dos Anjos, actual Vicepresidente Comercial y de Logística, quien dejará su rol ejecutivo el próximo 30 de abril de 2026 para dedicarse a proyectos personales.

Amazon avanza en EE.UU. con entregas en 1 hora y eleva la competencia con Walmart

Amazon profundiza su apuesta por la logística ultrarrápida en Estados Unidos con el lanzamiento de un servicio de entregas en 1 hora y 3 horas, disponible en múltiples ciudades, incluyendo Los Ángeles y Chicago.

El movimiento se inscribe en la creciente competencia con Walmart, que en los últimos años ha fortalecido su propuesta omnicanal y de entregas rápidas.

Saladix ingresa al segmento de papas fritas y amplía su estrategia en snacks

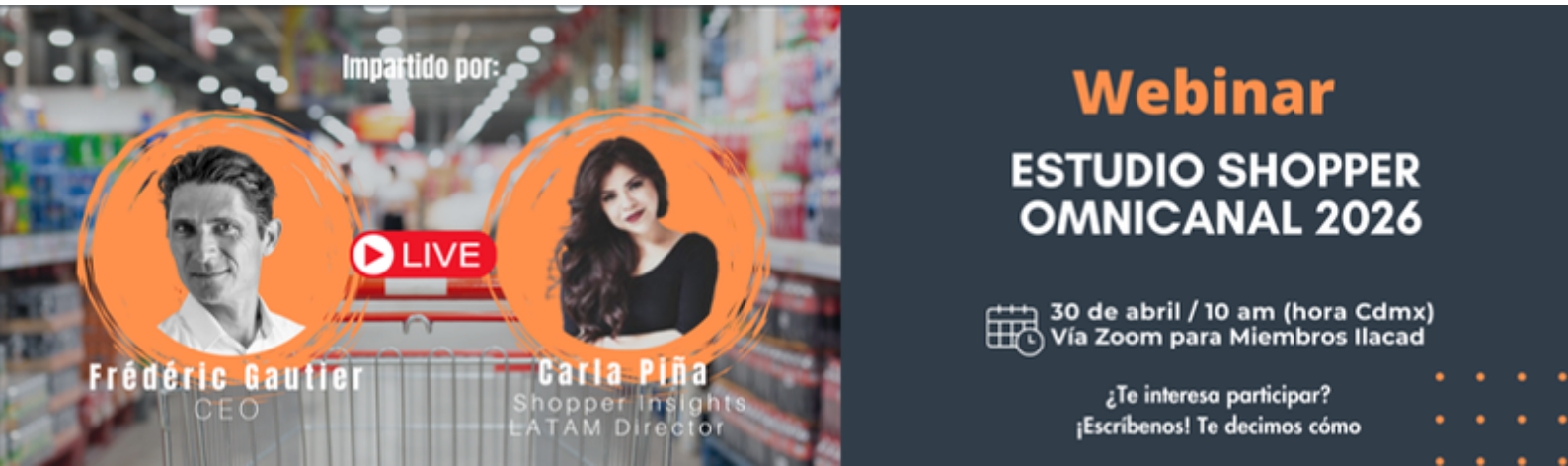
La marca Saladix anunció su ingreso al segmento de papas fritas, en un movimiento que marca un paso estratégico dentro de su proceso de crecimiento y diversificación en el mercado de snacks.

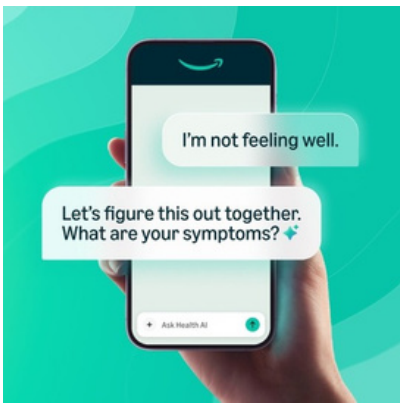
Con este lanzamiento, la compañía se posiciona en la categoría más grande y dinámica del sector, ampliando su portafolio más allá de su tradicional propuesta de productos horneados para responder a una demanda creciente de variedad entre opciones fritas y saludables.

ARSA cierra sus plantas y deja de producir los tradicionales postres y yogures de SanCor Argentina

La quiebra de Alimentos Refrigerados S.A. (ARSA) marca el final de una etapa para una de las líneas de productos más reconocidas del mercado argentino: los postres y yogures elaborados bajo licencia de SanCor.

La empresa, controlada por la firma venezolana Maralac S.A., confirmó el cierre definitivo de sus plantas en Buenos Aires y Córdoba, poniendo fin a una operación que durante años abasteció a las góndolas.





Amazon profundiza el uso de inteligencia artificial en retail y redefine el acceso a la salud

Amazon da un nuevo paso en la transformación del retail con el lanzamiento de Health AI, un asistente basado en inteligencia artificial que no solo mejora la experiencia de compra, sino que introduce un componente cada vez más relevante en el sector: la salud como servicio integrado dentro del ecosistema retail.

Disponible en su web y app, la herramienta permite a los usuarios acceder a información médica, gestionar tratamientos y conectarse con profesionales de la salud en cualquier momento, marcando un avance hacia un modelo donde el retail se expande más allá del consumo.

El ingreso de Amazon en este terreno no es casual. La salud representa una de las categorías más complejas, fragmentadas y con mayor fricción para el usuario. Con Health AI, la compañía busca resolver ese problema desde la lógica del retail:
-simplificar la experiencia
-centralizar servicios
-eliminar fricciones

Kraft Heinz apuesta por productos altos en proteína para reactivar su crecimiento

Kraft Heinz anunció el lanzamiento de una nueva línea de Mac & Cheese alto en proteína, en un movimiento que forma parte de la estrategia de su CEO, Steve Cahillane, para revitalizar el crecimiento de la compañía tras haber pausado su plan de escisión.

El nuevo producto, denominado PowerMac, llegará al mercado en abril e incluirá 17 gramos de proteína y 6 gramos de fibra por porción, posicionándose como una alternativa más alineada con las tendencias actuales de alimentación.

El lanzamiento se da en un contexto en el que Kraft Heinz busca fortalecer sus marcas históricas, luego de reconocer que años de menor inversión afectaron su desarrollo.

Según la compañía, esta nueva línea apunta a revitalizar categorías clave como el tradicional Kraft Mac & Cheese, incorporando atributos vinculados a salud y nutrición sin perder su carácter accesible y masivo.

Nestlé impulsa nuevas ocasiones de consumo con innovaciones en cocina moderna, snacks y café frío

Los hábitos de consumo alimentario están cambiando en todo el mundo. Las comidas ya no responden únicamente a rutinas tradicionales: cada vez más se vinculan con momentos de confort, exploración y creatividad en la vida cotidiana. En ese contexto, Nestlé está enfocando su estrategia de innovación en propuestas que conecten con estas nuevas formas de comer y beber.

La compañía está redefiniendo su forma de desarrollar y expandir marcas de alimentos y bebidas, priorizando menos lanzamientos, pero con mayor escala e impacto. Durante 2025, esta estrategia se materializó en tres grandes áreas de crecimiento: la cocina moderna, los snacks de chocolate inspirados en panadería y el auge del café frío.

En Europa, la marca Maggi introdujo una nueva línea de sazonadores y recubrimientos crujientes diseñados especialmente para freidoras de aire.