

PANORAMA RETAIL

Expertos en Retail & Category Management

WEBINAR SHOPPER

WEBINAR SHOPPER COSTCO 2026
**¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE LAS
COMPRAS EN COSTCO?**

¿Cómo es el shopper de Costco y cómo está
cambiando? Conoce los datos del estudio.

 **PRÓXIMA SEMANA**

CATMAN
LATIN FORUM
2026

CATEGORY INFLUENCERS

cuando el Category
Management empieza a transformar

El tercer día del **CATMAN Latin Forum 2026** pondrá el foco en un nuevo perfil que está ganando protagonismo en el retail: **profesionales y empresas capaces de tomar la iniciativa**, proponer soluciones concretas y **convertir el Category Management en acciones que impactan directamente en el negocio**.





STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

- 04** CATEGORY
INFLUENCERS: cuando
el Category
Management empieza a
transformar

Retail & Catman News

- 10** Las últimas noticias de
retail & Catman



WEBINAR
SHOPPER
ILACAD LIVE EXPERIENCE

COSTCO



1º de octubre / 10 am (hora Cdmx)
Vía Zoom para Miembros Ilacad

¿Te interesa participar?
¡Escribenos! Te decimos cómo

CREA Y COMPARTE GRATUITAMENTE TUS PLANOGRAMAS



CREA TU
CUENTA EN

www.opencatman.com

E INGRESA AL CATEGORY
MANAGEMENT INTERACTIVO

OPENCatman
Interactive Category Management

CATEGORY INFLUENCERS: CUANDO EL CATEGORY MANAGEMENT EMPIEZA A TRANSFORMAR

El tercer día del CATMAN Latin Forum 2026 pondrá el foco en un nuevo perfil que está ganando protagonismo en el retail: profesionales y empresas capaces de tomar la iniciativa, proponer soluciones concretas y convertir el Category Management en acciones que impactan directamente en el negocio.

JUEVES 8 DE OCTUBRE

**Fabricantes que están liderando
el desarrollo de categorías en
América Latina.**

DÍA 3 CATEGORY INFLUENCERS

Casos reales de compañías que están impulsando la innovación, la colaboración y el desarrollo conjunto con el retail.



Durante décadas, el Category Management ayudó a retailers y proveedores a comprender mejor las categorías, el shopper y las oportunidades de crecimiento.

Pero el mercado hoy exige algo más.

La velocidad de transformación del retail, la diversidad de formatos y la necesidad de generar resultados concretos están impulsando una evolución del rol: **pasar de analizar y recomendar a proponer, implementar y transformar.**

De allí surge el concepto de **Category Influencer**, acuñado por **Frédéric Gautier**, CEO de **ILACAD World Retail**.

A diferencia del enfoque tradicional, el Category Influencer **toma la delantera**: desarrolla soluciones para las problemáticas de una categoría, las adapta a distintos canales y formatos y trabaja para hacerlas rápidamente implementables.

La propuesta se resume en una idea: **Soluciones más que discursos.**

No se trata solamente de identificar qué debería hacerse, sino de avanzar hacia **cómo llevarlo a la realidad de las tiendas.**

Un día para conocer a los Category Influencers de la región

Ese será el eje del **Día 3 del CATMAN Latin Forum 2026**, que reunirá a referentes de algunas de las principales compañías de consumo de América Latina.

La jornada permitirá conocer casos reales, herramientas y experiencias que muestran distintas maneras de **influir sobre el desarrollo de las categorías y generar impacto en el negocio.**

Entre los protagonistas estarán:

Danone México

Gabriela Ortiz — Category Manager Director
"De Category Manager a Category Leader"

L'Oréal Brasil

Jessica do Rosario Felipe — Category Development & Education Lead, L'Oréal CPD
"Fidelización que va más allá de la transacción: el caso Hairvolution"

Nestlé Purina Panamá

Roberto Navarro — Category Sales Development Leader – Nestlé Purina CAMCAR
"Pet Food: cómo acelerar el crecimiento de una categoría en transformación"

CATMAN
 LATIN FORUM
2026
3 DÍAS.
3 PERSPECTIVAS.

 **6, 7 Y 8**
 DE OCTUBRE  **100 %**
 VIRTUAL

RESERVA TU LUGAR

www.catmanlatinforum.com



DÍA 1
RETAILERS

MARTES 6 DE OCTUBRE

Cómo las principales cadenas de Latinoamérica están redefiniendo el Category Management



DÍA 2
HARD DISCOUNT

MIÉRCOLES 7 DE OCTUBRE

El fenómeno que está transformando el retail latinoamericano



DÍA 3
CATEGORY
INFLUENCERS

JUEVES 8 DE OCTUBRE

Fabricantes que están liderando el desarrollo de categorías en América Latina

Lactalis Brasil

Angela Lourenço — Coordinadora de Trade Marketing

“¿Cómo desarrollamos un caso exitoso de GCAT en uno de los principales retailers de Brasil?”

Unilever Colombia

Daniela Ramírez — CatMan & Shopper Manager Andina

“Más allá de la crema: Entendiendo al shopper para transformar la categoría de cuidado facial”

Conagra Brands México

Sandra Sánchez Alarcón — Gerente Category Leadership

“De productos a misiones - Rediseñando momentos para una mente saturada de opciones”

Edgewell Personal Care México

Cintia Cabrera — Catman & Customer MKT

“Decidir con evidencia: el nuevo estándar entre fabricante y retailer”

El Category Management que viene

El CATMAN Latin Forum 2026 propone así una jornada que no se limita a mostrar buenas prácticas, sino que busca poner sobre la mesa **una nueva forma de entender el aporte del Category Management al negocio.**

Porque si el Category Manager tradicional analiza, recomienda y acompaña, el Category Influencer agrega una dimensión diferente: **toma la iniciativa y se involucra en hacer que la solución suceda.**

CATMAN Latin Forum 2026

6, 7 y 8 de octubre | 100% online

La participación general es gratuita.

Regístrate en : www.catmanlatinforum.com



ORGANIZAN

OPENCatman
Iniciativa Category Management

CATMAN
LATIN FORUM

2026

SÉ PARTE DEL MAYOR ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE CATEGORY MANAGEMENT

RESERVA TU LUGAR

www.catmanlatinforum.com



Con la participación de



FRÉDÉRIC GAUTIER
Founder y CEO de
Ilacad World Retail &
OPENCatman



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



**6, 7 Y 8
DE OCTUBRE**



**100 %
VIRTUAL**



**+ DE 20
EXPERTOS**

COSTCO MÉXICO: UNA GRAN CAPACIDAD DE ATRACCIÓN, ¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE SUS COMPRAS?

Costco destaca por la cantidad de hogares clientes que concentra en cada uno de sus puntos de venta. Pero, ¿quiénes son estos shoppers y cómo está evolucionando su perfil?



En el mercado de clubes de precio, Costco destaca por su **alta capacidad de atracción por punto de venta**.

En 2026, cada tienda de Costco concentra en promedio **77,064 hogares clientes**, más del doble de los **34,401 hogares por punto de venta de Sam's Club**.

Además, esta capacidad de atracción ha seguido creciendo: Costco registra un **12% más de hogares clientes por punto de venta frente a 2022**.

Pero el tamaño de esta atracción abre una pregunta todavía más interesante: **¿Quién está detrás de estas compras?**

El shopper de Costco es principalmente femenino: **6 de cada 10 shoppers son mujeres.**

En cuanto al nivel socioeconómico, 52% pertenece al NSE ABC+, mientras que 26% corresponde a C/C- y 22% a D+D.

Aunque Costco mantiene un shopper principalmente de NSE alto, destaca una evolución: **la presencia de shoppers de NSE D+D pasó de 16% en 2022 a 22% en 2026**, un crecimiento de 6 puntos porcentuales.

Estos cambios ayudan a entender que detrás de la fuerte capacidad de atracción de Costco

existe un shopper que también está evolucionando.

¿Qué hay detrás de esta alta atracción?

En el **Webinar Shopper Costco 2026**, analizaremos con mayor profundidad quién compra en Costco, qué compra, cómo compra y cuánto gasta.

Jueves 1º de octubre

10:00 am (hora Cdmx)

Vía Zoom

Conoce más sobre el Shopper de Costco y descubre qué hay detrás de su comportamiento de compra.



COSTCO MÉXICO

UNA GRAN CAPACIDAD DE ATRACCIÓN
¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE SUS COMPRAS?



COSTCO ATRAE MÁS HOGARES POR TIENDA



77,064
HOGARES CLIENTES
POR PUNTO DE VENTA



+12%
Vs. 2022
68,550 → 77,064



34,401
HOGARES CLIENTES
POR PUNTO DE VENTA

Con una red más pequeña, cada punto de venta de Costco atrae más del doble de hogares clientes que uno de Sam's Club.

¿QUIÉN ES EL SHOPPER DE COSTCO?



6 DE CADA 10
SHOPPERS
SON MUJERES

NIVEL SOCIOECONÓMICO (NSE)



52%
ALTO

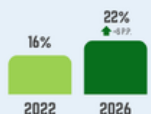


26%
MEDIO



22%
BAJO

NSE D+D GANA PRESENCIA



16% 2022 22% 2026

💡 Un shopper principalmente de NSE Alto, pero con mayor presencia de NSE Bajo.

WEBINAR SHOPPER
ILACAD LIVE EXPERIENCE
COSTCO
2026

¿QUÉ HAY DETRÁS DE ESTA ALTA ATRACCIÓN?
Descúbrelo en el Webinar Shopper Costco 2026



¿Quién es?



¿Qué compra?



¿Cómo compra?



¿Cuánto gasta?

...y mucho más sobre su comportamiento de compra



JUEVES 1º DE OCTUBRE
10 AM (HORA CDMX)
VÍA ZOOM



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	1º 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.

RETAIL & CATMAN News



Soriana invierte \$961 millones para convertir su red de tiendas en infraestructura omnicanal

La compañía destinará más de 961 millones de pesos en el segundo semestre de 2026 para remodelaciones, aperturas y capacidad operativa. El objetivo no es solo renovar locales, sino ampliar la red que sostiene su crecimiento digital.



Coca-Cola amplía Powerade en Argentina con una nueva versión sin azúcar

Powerade Zero llega al mercado argentino en sabor Mountain Blast, con cero azúcares y calorías, y amplía la propuesta de la marca para consumidores que buscan opciones de hidratación para la actividad física.



Cómo definir un surtido en Category Management: metodología, criterios y automatización con IA

El surtido ya no se define solo por intuición o experiencia: segmentación, datos de ventas, comportamiento del shopper y análisis de mercado permiten tomar decisiones más precisas. Ahora, la IA suma velocidad y automatización a uno de los procesos centrales del Category Management.

Ahora integrando: Como integrar la IA para la toma de decisión!

CERTIFICADO
**CATEGORY
MANAGEMENT + IA**





Lay's agranda su portafolio en Argentina con una nueva línea de papas Rústicas

Lay's presenta en Argentina Rústicas, una nueva línea que amplía su propuesta dentro de la categoría de papas y suma una alternativa diferenciada por su proceso de elaboración.

La línea llega en tres variedades: Sal, Lay's & Herbs y Caprese, en presentaciones de 77 y 85 gramos, según el sabor.

Su principal diferencial está en la utilización de tecnología "kettle cooked", que implica una cocción más lenta y da como resultado papas de mayor grosor, textura crocante, formas irregulares y presencia de cáscara.

Con este lanzamiento, Lay's busca ampliar la categoría hacia propuestas donde textura, proceso de elaboración y experiencia de consumo adquieren mayor protagonismo.



Walmart impulsa un modelo de regeneración basado en alianzas y economía circular

La sustentabilidad empieza a ocupar un lugar diferente en la agenda del retail: ya no se trata únicamente de reducir el impacto de las propias operaciones, sino de coordinar capacidades entre retailers, fabricantes, proveedores y comunidades para transformar cadenas de valor completas.

Ese fue uno de los ejes del Summit de Regeneración 2026, organizado por Walmart de México y Centroamérica, donde líderes de la industria, autoridades y organizaciones de la sociedad civil analizaron el concepto de regeneración como una nueva forma de generar valor económico y social.

Durante el encuentro, Cristian Barrientos, presidente y director general de Walmart de México y Centroamérica, destacó el papel de las alianzas entre marcas y consumidores para generar impacto positivo en las comunidades y el entorno.



Cencosud acelera su apuesta por el hard discount: Don Salva ya suma 10 tiendas en Chile

Don Salva, el formato de hard discount de Cencosud, está acelerando su despliegue en Chile. La cadena acaba de sumar dos nuevos establecimientos en Santiago y ya cuenta con 10 tiendas operativas, apenas tres meses después de inaugurar sus primeros locales.

Las nuevas aperturas se ubican en Huechuraba y Santiago Centro, y se suman a una red que, por ahora, está concentrada completamente en la Región Metropolitana. El objetivo de Cencosud es cerrar el año con cerca de 40 establecimientos, lo que implicaría multiplicar varias veces la red actual en pocos meses.

Más que una expansión convencional, el ritmo muestra que el grupo está utilizando Don Salva como un formato para probar una nueva ecuación de cobertura, superficie y surtido.