

# Panorama Retail

EDICIÓN 1155

11 DE MAYO | 2022



LA FACTURACIÓN DE WALMEX  
ESTÁ ESTANCADA Y SU  
OPORTUNIDAD DE CRECER  
ES POR CATEGORÍA

# Walmart

## "CERTIFICACIÓN CATEGORY MANAGEMENT"



Live Master  
Training

impartidos por Frédéric Gautier



**I** SESIÓN I "Desarrollo Conjunto de Categorías"  
23, 24 y 25 de mayo

**II** SESIÓN II "Planes tácticos de las categorías"  
6, 7 y 8 de junio



Certificación

OPEN Catman

LACAD  
WORLD RETAIL  
MEMBERSHIP 2.0

¿TE INTERESA PARTICIPAR? ¡ESCRÍBENOS! 

ÍNDICE DE  
**CONTENIDOS**

- 02** **Nota**  
de portada
- 05** **Últimas**  
noticias
- 07** **Novedades**  
OPENCatman
- 09** **Indicadores**  
financieros
- 10** **Agenda**  
2022

**Contacto**

info@ilacad.com

ilacadworldretail.com

## LA FACTURACIÓN DE WALMEX ESTÁ ESTANCADA Y SU OPORTUNIDAD DE CRECER ES POR CATEGORÍA

La mayor cadena de retail del mercado mexicano viene creciendo levemente y retrocede a precios constantes, según datos del Estudio Shopper Omnicanal México 2022, su gran oportunidad de crecer está relacionado a las categorías.

Durante el último Webinar Shopper de Walmart Supercenter, con base en el **Estudio Shopper Omnicanal México 2022** de Ilacad World Retail, observamos que Walmex crece en los últimos años aunque a paso lento, mientras que en el 2021 su facturación decreció un 0,5% a precios constantes.

Y aunque continúa siendo el líder del mercado mexicano y ganó un punto de share -que le quitó a Soriana- durante el 2021, necesita encontrar la manera de generar crecimiento en su facturación. ¿Pero cómo? Según el especialista en retail internacional, Frédéric Gautier, la gran oportunidad del formato supercenter de Walmart México está en “activar al shopper dentro de la tienda”.

“El cliente de Walmart Supercenter compra un poco menos de un tercio de su canasta allí, el resto lo hace en tiendas de la competencia como Oxxo, Bodega Aurrerá, Farmacias Guadalajara y en su propio e-commerce walmart.com.mx y Mercado Libre. Por eso, la oportunidad de crecimiento es acotada y está allí,



hacer que el shopper compre más de sus necesidades en sus tiendas, que incremente la nutrición por familia de productos”, explicó Gautier.

Según el Estudio Shopper Omnicanal México 2022, las categorías más fuertes de Walmart Supercenter son Higiene y tocador y Limpieza de la ropa y el hogar. “No es en los productos de higiene y limpieza donde tiene potencial, en esos está muy bien, es en abarrotes, bebidas alcohólicas y no alcohólicas donde debe activar al cliente, para que cada semana que visita la tienda compre allí esos productos”, agregó.

Si ya tienes los shoppers, que es el caso de Walmart, llega un momento donde tu alza de facturación va a ser por categorías enfocadas al



**SI YA TIENES LOS SHOPPERS, QUE ES EL CASO DE WALMART, LLEGA UN MOMENTO DONDE TU ALZA DE FACTURACIÓN VA A SER POR CATEGORÍAS ENFOCADAS AL SHOPPER**



shopper, diciendo: ¿a qué tipo de shopper me voy a enfocar para que me compre más de mi categoría? La reflexión necesaria es entonces: ¿Qué surtido tengo? ¿Qué variedad tengo? ¿A qué precio lo tengo? ¿Qué tácticas estoy implementando para favorecer el stockeo desde Walmart?”, finalizó el especialista francés.

**CONOCE LA AGENDA DE WEBINARS SHOPPER DE MAYO**

PRÓXIMOS EVENTOS  
 webinars Ilacad Live Experience

WEBINAR SHOPPER

WALMART SUPERCENTER

FECHA:  
05 DE MAYO

WEBINAR SHOPPER

SORIANA HÍPER

FECHA:  
12 DE MAYO

WEBINAR SHOPPER

LA COMER

FECHA:  
19 DE MAYO

WEBINAR SHOPPER

FARMACIA GUADALAJARA

FECHA:  
26 DE MAYO

EVENTOS VÍA ZOOM, 10 AM (HORA CDMX)
 
 Parte de los beneficios

ARGENTINA - MEXICO -  
COLOMBIA - COSTA  
RICA - GUATEMALA - BRASIL -  
ESTADOS UNIDOS - PERU -  
URUGUAY - PANAMA

# CATMAN

L A T I N F O R U M

## 2022

REPLAY



FRÉDÉRIC GAUTIER  
CEO Ilacad & OPENCatman

BRIAN HARRIS  
Creador del CatMan

Las mejores prácticas de la región



## NUEVA MEMBRESÍA OPENCATMAN

01



**OPENCATMAN PRO  
LICENCIAS  
ILIMITADAS**

Accede a las funcionalidades PRO de OPENCatman, la plataforma vanguardista de diseño y análisis de planogramas.

02



**CERTIFICADO  
DE CATEGORY  
MANAGEMENT**

Certificado de Category Management, a través de dos módulos Live Online Training impartidos por Frédéric Gautier.

03



**CATMAN LATIN  
FORUM**

El mayor encuentro regional de Category Management.

04



**PANORAMA  
RETAIL**

Información constante para comprender el retail.

¿Quieres más información? Escribe a [info@ilacad.com](mailto:info@ilacad.com)





## Diarco continúa su expansión con una nueva sucursal en San Miguel

Diarco, la cadena mayorista de Argentina, anunció una nueva apertura en San Miguel.

## Joining Futures Capital de Hong Kong es el nuevo dueño de Justo & Bueno

La cadena de descuento que está en proceso de reorganización empresarial fue adquirida por un colocador de capitales con sede en Hong Kong.

## Justo & Bueno proyecta ingresar a estos 3 países de América Latina

Tras confirmar que fue adquirida por JF Capital International Limited, la cadena de tiendas de descuento planifica un repunte que incluye la llegada a otros países de la región.



## Las ventas de Tiendas Ara crecen 65% a pesar de la inflación en el mercado colombiano



La cadena de tiendas de descuento Ara, perteneciente a Jéronimo Martins, anunció un elevado crecimiento de ventas durante el primer trimestre de 2022.



## El supermercado digital Jüsto es ¿el próximo unicornio mexicano?



La empresa sigue creciendo en América Latina y por su valoración podría estar cerca de ser un nuevo unicornio latinoamericano.



## Calimax inauguró su tienda número 100 en Colinas de California



La cadena anunció que planea abrir siete tiendas en Tijuana durante el 2022.



## México: Sube la inflación y también el consumo de marcas propias en autoservicios



Ante la suba de la inflación en enero, los mexicanos impulsaron el consumo de productos de marcas propias que son más económicos, aunque sus precios se elevaron más de un 20% desde el inicio de la pandemia.



## Mercado Libre México: récord de ingresos en el 2021 e inversión histórica para el 2022



La filial mexicana obtuvo el mayor aumento de ingresos netos de la región en 2021 y anunció una inversión de 1.475 millones de dólares para el 2022.



## Christian Cieplik es el nuevo gerente general de Santa Margarita en Paraguay



El titular de la Asociación Latinoamericana de Supermercados hasta el 2023, se pone al frente de la reconocida marca de yerba.

# OPENCatman

Interactive Category Management

## [Tutorial] Cómo utilizar el análisis de Optimización del Espacio en OPENCatman

En OPENCatman puedes realizar un Análisis del espacio, el cual está integrado por tres módulos:

- % de espacio.
- Frentes mínimos.
- Optimización del espacio.

**En esta oportunidad, te enseñaremos a realizar un análisis de Optimización del Espacio.**

Para esto daremos clic en el botón y desplegará los siguientes campos. 

**Esta opción nos ayudará a conocer qué producto está sobreexhibido y/o qué producto necesita exhibirse de acuerdo al criterio seleccionado.**

Luego se puede definir el objetivo a alcanzar en la Categoría.

- Por Unidades Vendidas
- Por Facturación
- Por margen %
- Por margen \$
- Por Mix de Criterios



En la opción Mix de Criterios existe una ponderación de 25%, sin embargo, estos se pueden ir modificando según las necesidades que se tengan.

Tomaremos como ejemplo la opción de **Facturación** como nuestro objetivo por lo que seleccionaremos este campo y daremos clic en el botón **Analizar** y observaremos que se muestran banderas con los siguientes colores:

- **Verde** (cualquier tono de verde): son productos a los que se podría quitar un frente (con la condición de que se no se contradiga con el análisis anterior de frente mínimos)
- **Rojo**: son productos a los que se puede otorgar más espacios, por ejemplo, agregando frentes.
- **Sin Bandera**: son productos que están bien, no necesitan más espacio en el mueble.



Este ejemplo, se lee de la siguiente manera el producto Ariel tiene 6.64% del espacio, es decir, el espacio de todas las marcas que están en el estante y representa el 26.53% de la facturación.



# DATOS DEL SECTOR:

## FEBRERO 2022

### Ventas de supermercados

(a precios corrientes)

Variación mes x mes del año anterior

Fuente: INDEC

**INFLACIÓN 52,3 %**



## FEBRERO 2022

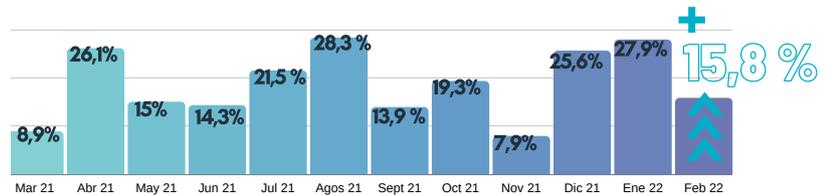
### Ventas de supermercados

(a precios corrientes)

Variación mes x mes del año anterior

Fuente: DANE

**INFLACIÓN 8,01%**



## FEBRERO 2022

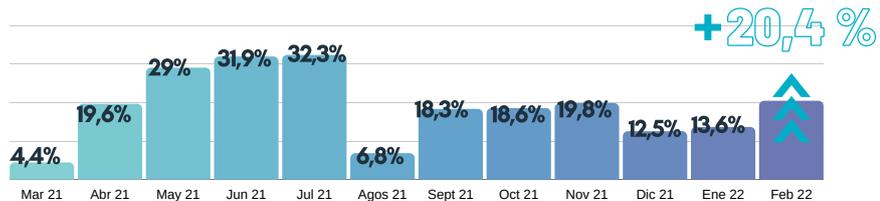
### Ventas de supermercados

(a precios corrientes)

Variación mes x mes del año anterior

Fuente: INE

**INFLACIÓN 7,8 %**



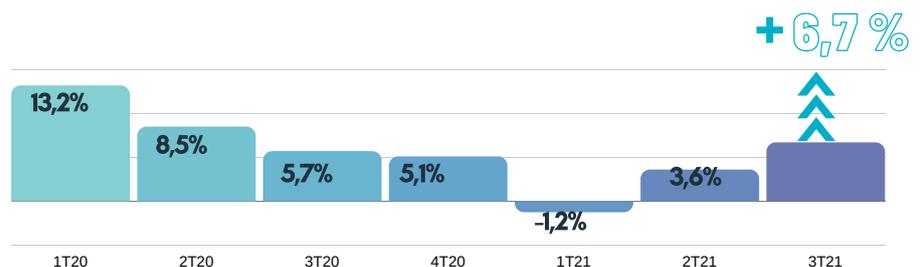
## SEPT 2021 INFLACIÓN 6 %

### Ventas de supermercados

(a precios corrientes)

Variación trimestre x trimestre del año anterior

Fuente: Cálculos ILACAD World Retail con base desempeño de las principales cadenas del Cai Moderno de Supermercados en México que consolidan el 80% del Total Mercado.





# Agenda 2022:



## "CERTIFICACIÓN CATEGORY MANAGEMENT"



Live Master  
Training

impartidos por Frédéric Gautier



**I** SESIÓN I "Desarrollo Conjunto de Categorías"  
23, 24 y 25 de mayo

**II** SESIÓN II "Planes tácticos de las categorías"  
6, 7 y 8 de junio



Certificación  
OPEN CATEGORY



¿TE INTERESA PARTICIPAR? ¡ESCRÍBENOS!

## LIVE MASTER TRAINING 2022

<b>KAM II:</b> The 5 Golden Rules of Negotiation	2, 3 y 4 de mayo
<b>KAM III:</b> Key Account & Joint Business Planning	30 de mayo, 1º y 2 junio
<b>Certificación Category Management</b> Sesión I: Desarrollo Conjunto de Categorías	23, 24 y 25 de mayo
<b>Certificación Category Management</b> Sesión 2: Planes Tácticos de la Categoría	6, 7 y 8 de junio
<b>KAM I:</b> Detección de Oportunidades en el Cliente	4, 5 y 6 de julio
<b>KAM II:</b> The 5 Golden Rules of Negotiation	1º, 2 y 3 de agosto
<b>KAM III:</b> Key Account & Joint Business Planning	5, 6 y 7 de septiembre
<b>Certificación Category Management</b> Sesión I: Desarrollo Conjunto de Categorías	26, 27 y 28 de septiembre
<b>Certificación Category Management</b> Sesión 2: Planes Tácticos de la Categoría	10, 11 y 12 octubre
<b>KAM I:</b> Detección de Oportunidades en el Cliente	3, 4 y 5 de octubre
<b>KAM III:</b> Key Account & Joint Business Planning	7, 8 y 9 de noviembre

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.



# Agenda 2022:



## Webinars Shopper: Ilacad Live Experience

Sin límite de Participantes para las empresas con Membresía Ilacad

Cadena	Fecha
<b>Estudio Omnicanal 2022</b>	<b>28 de abril</b>
Shopper Walmart Supercenter	5 de mayo
Shopper Soriana Híper	12 de mayo
Shopper La Comer	19 de mayo
Shopper Farmacia Guadalajara	26 de mayo
Shopper HEB	2 de junio *
Shopper Walmart Express	9 de junio
Shopper Sam's Club	16 de junio
Shopper Chedraui	23 de junio
Shopper Soriana Mercado	30 de junio
Shopper Bodega Aurrera	7 de julio
Shopper eCommerce	14 de julio
Shopper Bodega Aurrera Express	21 de julio
Shopper Oxxo	28 de julio
Shopper Casa Ley	4 de agosto
Shopper Tiendas Neto	11 de agosto
Shopper Farmacia Benavides	18 de agosto
Shopper El Zorro	25 de agosto

EXCLUSIVO MÉXICO

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.