

PANORAMA ^{25 años} RETAIL

La revista de Retail & Category Management



FARMACITY: LUCRECIA D'URSO EXHIBIÓ EL PODER DE LA COLABORACIÓN ENTRE CATMAN Y COMERCIAL

La líder de Catman de Farmacity contó cómo es el trabajo en equipo que impulsa el éxito de la cadena.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nota principal

03 Farmacity Argentina en el Catman Latin Forum 2023

Agenda ediciones CLF 2023

05 Las próximas ediciones especiales del CLF2023

Retail & Catman News

07 Las últimas noticias de retail & Catman

10 Novedades OPENCatman

Nuevas funcionalidad:
Comprimir productos

STAFF



Frédéric Gautier

CEO de ILACAD World Retail



Daiana Coronel

Journalist & Retail Analyst

FARMACITY: LUCRECIA D'URSO EXHIBIÓ EL PODER DE LA COLABORACIÓN ENTRE CATEGORY MANAGEMENT Y COMERCIAL

La líder de Catman de Farmacity contó cómo es el trabajo en equipo que impulsa el éxito de la cadena.



Lucrecia D'Urso

Líder del equipo de Catman en Farmacity

Farmacity, la cadena que revolucionó la experiencia de compra, se destaca nuevamente al integrar con maestría el Category Management y las estrategias comerciales. En el Catman Latin Forum 2023, Lucrecia D'Urso, líder del equipo de Catman en Farmacity, compartió las claves para aprovechar al máximo las sinergias entre ambas áreas.

En una presentación que destacó la interdisciplinariedad, D'Urso enfatizó el papel crucial del trabajo conjunto con el equipo comercial. Desde la medición de productividad hasta la planificación de inventario y la creación de diseños innovadores, el Category Management de Farmacity es una pieza fundamental en el engranaje que impulsa el éxito de la cadena.

Los beneficios de las sinergias entre el área comercial y el Category Management se traducen en decisiones más acertadas, rapidez en la toma de decisiones y una experiencia de compra excepcional para los clientes. Desde el comité de incorporación de productos hasta el diseño de layout y la colaboración con proveedores, cada paso es cuidadosamente orquestado para maximizar la rentabilidad del negocio y satisfacer las demandas del mercado.

Farmacity no solo lidera en el ámbito comercial, sino que también demuestra cómo el Category Management bien ejecutado puede transformar y



optimizar cada aspecto de la cadena de suministro. La cadena, con su enfoque en el análisis cuali y cuantitativo, la generación de conocimiento a través de datos y la creación de planogramas personalizados, se posiciona como referente en el sector.

Lucrecia D'Urso compartió cómo, en un equipo de solo 12 expertos en Catman, logran gestionar todas las operaciones de Category Management para una cadena que cuenta con siete mil colaboradores. Desde el diseño de layouts hasta el análisis de futuras aperturas, Farmacity trabaja en mesas 360 para garantizar que cada aspecto del negocio esté alineado con los objetivos de crecimiento y satisfacción del cliente.

En el mundo diverso de Farmacity, cada góndola tiene su propio criterio, cada categoría su enfoque específico, pero el cliente experimenta una coherencia y una familiaridad en cada tienda. Lucrecia D'Urso destaca que, aunque no hay dos locales iguales, el

cliente percibe una consistencia que define la identidad única de Farmacity.

El Category Management en Farmacity va más allá de los planogramas; es la esencia de una estrategia integral que impulsa el éxito, la rentabilidad y la satisfacción del cliente en esta cadena líder en el mercado latinoamericano.

[Si deseas acceder a los Replay y las presentaciones de las 22 ponencias del Catman Latin Forum 2023, ingresa aquí](#)



AGENDA CLF 2023

Próximas ediciones especiales sobre Category Management



Armar un surtido mixto para un Shopper estadounidense y latino




JULIO IBÁÑEZ
Gerente general Aurora EE. UU.

Adaptación del modelo de Catman desde grandes cadenas a cadenas regionales y desde formatos grandes a pequeños




LEÓNIDAS OYAGA
Director de OYsolutions

El e-Shopper mexicano




CARLA PIÑA
Shopper Insight Manager Latam ILACAD World Retail

e-Catman en Pure Players y Brick & Click




YOAN MONTOLIO
Fundador & CEO de YUCCA Retail

Cómo definir un Surtido Omnicanal




GABRIEL GABELLONE
Director de Corda Retail

La implementación del e-Shopper marketing en una operación digital como Bodega Aurrera




MIGUEL MARTÍNEZ MOTA
e-Category Manager Walmart e-Commerce - Bodega Aurrera -

El rol del proveedor en el proceso de e-Catman




MARCELA MESSUTI
e-Commerce Manager en Kellanova México

MESA REDONDA "NEXT STEPS"

"Oportunidades de colaboraciones entre fabricantes y cadenas en el e-Catman"

Por qué el industrial debe invertir en Category Management



FRÉDÉRIC GAUTIER
Founder & CEO ILACAD & OPENCatman

La evolución del rol del catlead



JESSICA HIDALGO CASTRO
Gerente Sr Shopper & CatLead Nestlé México

AGENDA CLF 2023

Próximas ediciones especiales sobre Category Management



Aplicando tecnología de Business Intelligence en Catman



OMAR CARBALLO MUCIÑO

Gerente Category Management
LATAM Pernod Ricard

El Shopper al volante del Category Management



FERNANDO GONZÁLEZ

CATMAN, BI & Digital
Transformation Lead México
Kellanova

¿De OTC a CPG?

La importancia de la definición un proceso de Categorías



SANDRA SÁNCHEZ ALARCÓN

Category Management
PiSA Farmacéutica

Limpieza y cuidado del vehículo: Creciendo en la curva de madurez de Category Management



OMAR BELLO GÓMEZ

Category Manager
Simoniz Colombia

Ejecución brillante: Cómo Data Storytelling transforma el Category Management



NADIA FERNÁNDEZ DISANZO

Directora de Category Management
en PepsiCo México



DAYANA RAMÍREZ RODRIGUEZ

Directora de The Retail Brain
Costa Rica

¡Conoce los programas y las próximas fechas!



CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

2024



RETAIL & CATMAN

News



ChangoMâs marca un hito con la apertura de su primera tienda orgánica tras la adquisición de Walmart

ChangoMâs celebra un hito significativo con la apertura de su primera tienda en un crecimiento completamente orgánico desde la adquisición de la cadena Walmart por parte de GDN. El escenario elegido para este importante paso fue la ciudad de Campana, donde GDN Argentina invirtió \$600 millones en la construcción de un nuevo supermercado ubicado en Av. Perón y 6 de julio.

Esta moderna tienda, con un área de ventas de 900 metros cuadrados y un surtido de más de 5500 productos, destaca por su enfoque en productos perecederos y congelados. La inauguración contó con la presencia del intendente Sebastián Abella y Martín Lemos, gerente general de GDN Argentina, quienes enfatizaron el compromiso de la cadena con el crecimiento y la proximidad a la comunidad. Lemos expresó su orgullo por llegar a una ciudad tan dinámica como Campana, subrayando la importancia de generar empleo y desarrollo para sus habitantes.

SMU anuncia la apertura de primeros supermercados Alvi y Unimarc ubicados en locales ex Montserrat

En una ceremonia que contó con la participación de la presidenta del directorio de SMU, Pilar Dañobeitia; del gerente general del SMU, Marcelo Gálvez; del gerente de Unimarc, Jorge Sáez; y del gerente de Alvi, Francisco Gaete, se inauguró un nuevo supermercado Unimarc y un nuevo local Alvi, ambos ubicados en Gran Avenida José Miguel Carrera 13125, comuna de El Bosque.

Con estas aperturas, SMU – matriz de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super 10 – concreta el inicio del plan de arrendamiento de 21 locales comerciales en la Región Metropolitana y de Valparaíso que pertenecían a Supermercados Montserrat, y con la particularidad inaugurar dos formatos diferentes en una misma ubicación; plan que se espera finalizar al 2024.





Dia introduce yogures cremosos de naranja y cereza con granola en su línea láctea

Dia presentó el nuevo yogur cremoso con confitura de naranja o de cereza para ser mezclado con granola, que se puede encontrar aparte para añadir a gusto del consumidor y conservar todo el crunchy. Esta nueva gama de yogures, que se acaban de incorporar al grupo de lácteos Dia Láctea, son toda una aventura de sabor, y también totalmente novedoso, ya que se trata del primer yogur de naranja de marca propia del mercado.

El yogur cremoso de Dia viene presentado en envases individuales de 230 gramos, el doble del tamaño de un yogur estándar, con un precio de 1,49 €. Este lanzamiento subraya la apuesta de Dia por la innovación y la calidad a precios asequibles, cumpliendo con el compromiso de satisfacer las necesidades de sus clientes.



GDN Argentina invirtió \$600 M en su nueva tienda Super ChangoMâs en Campana

GDN Argentina (compañía controlante de las marcas Híper ChangoMâs, ChangoMâs, Super ChangoMâs, Punto Mayorista y MâsOnline) inauguró en la ciudad de Campana su nueva tienda Super ChangoMâs: una opción de compra que ofrece una nueva experiencia en cada uno de sus rincones y la primera inauguración tras la adquisición de los activos de Walmart Argentina por el Grupo de Narváez.

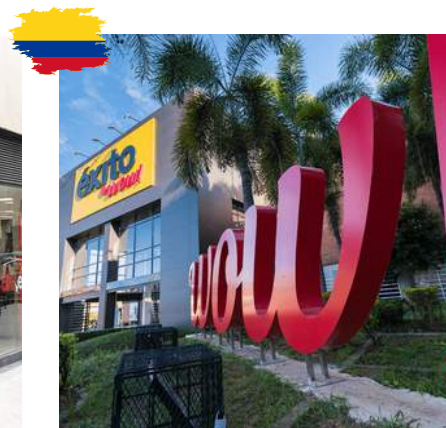
La tienda, ubicada en Av. 6 de Julio y Perón -sobre el ingreso a la ciudad-, implicó una inversión de \$600 millones en el desarrollo de un piso de venta de +900 metros cuadrados, con un surtido de +5.600 productos exhibidos en góndola, entre los que se destacan artículos de almacén, bebidas, limpieza, perfumería, fiambres y quesos; y un sector especializado en bazar y electrodomésticos.



Compre Ahora continúa robusteciendo su catálogo de productos para comercios minoristas

Compre Ahora, la plataforma digital mayorista que permite a los comercios minoristas abastecerse de una manera rápida, simple, 100% digital y desde cualquier lugar del país, anunció su nueva alianza estratégica con Grupo Peñaflor, la empresa vitivinícola líder en Argentina y una de las principales productoras de vino a nivel mundial, para que supermercados, autoservicios, kioscos y comercios minoristas encuentren en su plataforma todo lo necesario para abastecer su negocio.

Desde su lanzamiento, Compre Ahora ha desarrollado alianzas estratégicas con el objetivo de robustecer y diversificar su oferta de productos, incorporando marcas reconocidas a su catálogo como Kimberly Clark, Molinos Río de la Plata, BIC, Reckitt y otras.



InRetail proyecta crecimiento moderado en 2023 ante desafíos económicos y menor consumo

InRetail Perú, la división minorista del conglomerado peruano Intercorp, que opera marcas como PlazaVea, Inkafarma y Real Plaza, proyecta un crecimiento moderado para el año 2023 en medio de desafíos económicos y un menor índice de consumo. La empresa resaltó el impacto continuo de la inflación y el costo de vida en las dinámicas de consumo de la población peruana.

Si bien InRetail Perú cerró el tercer trimestre con un sólido crecimiento en ingresos y un EBITDA ajustado de un dígito alto, el ritmo de desempeño se ha visto notoriamente afectado por las circunstancias macroeconómicas del país. Juan Carlos Vallejo, CEO de InRetail, señaló durante la llamada de ganancias que, a pesar de la degeneración económica, la empresa logró mantener resultados sólidos.

Grupo DIA reporta ventas netas de 4.642 millones de euros y consolida posición en España y Argentina

Grupo DIA anunció un impresionante rendimiento financiero en los primeros nueve meses de 2023, con ventas netas alcanzando los 4.642 millones de euros. Este resultado representa un aumento del 3% en comparación con el mismo período del año anterior, respaldado por un crecimiento significativo del 4,5% en las ventas comparables (like-for-like).

Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo DIA, expresó su satisfacción: "Hemos cerrado el tercer trimestre del año con un sólido desempeño en España y Argentina, como muestran las ventas comparables positivas, y un acumulado en el año que confirma la fortaleza de nuestra estrategia de proximidad en este entorno desafiante".

Grupo Éxito en Colombia: impulso sostenible y crecimiento en ventas omnicanal

En los primeros 9 meses del año, Grupo Éxito en Colombia ha experimentado un sólido crecimiento, impulsado por el destacado desempeño de sus formatos innovadores y la evolución continua del formato inmobiliario.

Los ingresos operacionales en Colombia alcanzaron la cifra de \$11.3 billones de pesos, mostrando un aumento del 5,1% en comparación con el mismo período del año anterior. Este incremento se atribuye principalmente a las ventas, que aumentaron un 5%, destacándose la contribución significativa de los formatos innovadores y las ventas omnicanal.

El EBITDA recurrente acumulado hasta septiembre alcanzó los \$729.790 millones, manteniendo un margen bruto del 22,3%. Este logro se dio en medio de la desaceleración del consumo de los hogares, con esfuerzos notables para mitigar el impacto del aumento de precios en el costo de los productos.

OPENCatman

Interactive Category Management

Nueva función para "Comprimir productos"

Si no caben los productos en el espacio asignado, los pueden comprimir!

Para ello, dos etapas son necesarias:

1. Definir la compresión posible en los productos

Boton derecho -> Datos Físicos del producto, yendo debajo del POPup con el Scroll.

Editar datos físicos
Al guardar se generará una nueva versión del producto.

Esta definición se puede cargar también desde Excel para múltiples productos (Usuarios PRO).

Editar el modo de disposición de los productos

2. Asignar la compresión:

Una vez dispuestos en el estante, vayan a Display, y definan la compresion a aplicar, hasta el límite definido en la etapa 1.