

PANORAMA RETAIL



**LOS “ALIADOS”
DEL GRUPO ÉXITO
LLEGARON A BRASIL**

Los “Aliados” del Grupo Éxito llegaron a Brasil con “Aliados CompreBem”

La mayor cadena de retail de Brasil presentó su nuevo modelo de negocio que funcionará en conjunto con las pequeñas tiendas de barrio y que planea 100 Aliados al cierre de 2016.



El GPA anunció el lanzamiento de su nuevo modelo de negocio para tiendas de barrio denominado Aliados

CompreBem, importando el modelo colombiano de Aliados Surtimax y Aliados Super Inter del Grupo Éxito, que trabajará con pequeños

y medianos comerciantes ubicados en los interiores de los barrios de Brasil.

“La iniciativa tiene como principal objetivo ofrecer inteligencia de retail, know-how de una gran compañía y una marca de credibilidad para ayudar en la optimización del negocio del pequeño minorista y dar mayor poder de elección a los clientes”, explicó la compañía brasileña.

Aliados CompreBem le aportará al comercio de barrio el acceso a una marca de credibilidad (CompreBem); la posibilidad de comercializar dos marcas exclusivas del GPA (Para Valer y Qualitá); asesoría en organización y control de inventario; y el know-how para el negocio, beneficiando al cliente.

“El proyecto Aliados CompreBem es una iniciativa pionera en el retail brasileño y consiste en una de las

grandes apuestas del GPA en este año. La compañía está optimista y pretende llegar a las 100 tiendas de este modelo a fines de 2016”, explicó Luis Moreno, CEO de Multivarejo, división alimentaria del GPA.

Según el ejecutivo, en el proyecto, la experiencia ofrecida por el GPA ayudará al minorista aliado a garantizar una mejor experiencia de compra a su cliente, garantizando un mayor poder de elección dentro de las opciones existentes en la región.

Requisitos para ser un Aliado CompreBem

Para participar de los Aliados CompreBem, el almacén precisa ser independiente. No se cobra costo alguno, apenas mantener compras frecuentes y en volumen al

GPA, además de realizar los pagos al día.

El GPA se hace cargo de la adecuación de la fachada y ofrece la experiencia de sus especialistas para aumentar y mejorar la rentabilidad del negocio del asociado, recompensando al Aliado comprometido con la sociedad.

“A diferencia de un modelo de franquicias, Aliados CompreBem no demanda una inversión del minorista independiente o el pago de royalties. Él tiene un acuerdo de colaboración con el GPA, contribuyendo al pago de capilaridad de la compañía en un mercado tan pulverizado como el minorista brasileño”, analizó Marcelo Bazzali, Director Ejecutivo del GPA.

“El GPA trabajó en conjunto con Colombia y trajo a Brasil el modelo Aliados”

Así lo explicó CEO de Multivarejo, la división alimentaria del GPA, tras presentar el formato Aliados CompreBem, que ya cuenta con 46 tiendas asociadas en Brasil.

El GPA lanzó la versión brasileña de los Aliados Surtimax y Aliados Super Inter del Grupo Éxito en Colombia, que tras la fusión pertenecen a una gran familia y comenzaron a hacer aquello que hace algunos meses adelantaban: crear sinergias para extraer lo mejor de cada mercado y continuar creciendo en toda América Latina.

“Aliados CompreBem tuvo inspiración en un proyecto similar desarrollado por el colombiano Grupo Éxito – controlado por el Grupo Casino-, que hoy, cuenta con más de 1.200 tiendas de ese formato. En este proceso, el equipo del GPA trabajó en conjunto con Colombia y trajo a Brasil el modelo, que permanece en proyecto piloto desde el año pasado.

Actualmente, 46 tiendas ya participan de Aliados CompreBem”, explicó Luis Moreno, CEO de Multivarejo.

“Una de las ventajas de ser parte de un grupo minorista global es intercambiar experiencias de éxito entre los países. El proyecto Aliados es un buen ejemplo de eso. Nuestro objetivo es identificar buenas oportunidades y adaptarlas al mercado brasileño, respetando las particularidades de nuestro negocio y país”, añadió el ejecutivo.

Además de importar Aliados a Brasil, como parte de las acciones de sinergia, Colombia recibió este año su primera tienda cash & carry, inspirada en el modelo desarrollado por Assaí

Atacadista en Brasil.

El proyecto Aliados CompreBem es parte de una unidad de negocio de Proximidad del GPA, que también contempla las cadenas Minimercado Extra y Minuto Pão de Açúcar, lo que garantiza el total conocimiento y habilidad técnica para operar en modelos de tiendas de barrio.

Según la compañía, su principal objetivo es aprovechar la estructura logística existente –las banderas de proximidad cuentan con una central de distribución propia localizada en São Paulo- para mantener el abastecimiento de los Aliados CompreBem.

Por qué el GPA decidió revivir la marca CompreBem a través de Aliados

La cadena eligió el nombre de la cadena adquirida hace casi 15 años para denominar a su nuevo modelo de negocio. Aquí, los motivos.

El GPA explicó que tras consultar a los Aliados participantes del proyecto piloto y, dentro de los puntos observados, constató la

voluntad de utilizar una marca tradicional y reconocida en el mercado. Por eso, a partir de su portfolio de marcas, el GPA

se decidió por el uso de CompreBem, la red minorista adquirida por la compañía en el 2002.

“Primeramente, creímos que podíamos rescatar la memoria afectiva de la marca CompreBem, conquistada en el pasado. Realizamos un estudio y descubrimos que las personas aún se identifican con la marca y la

admiran, principalmente cuando se habla de precios y competitividad”, señaló Marcelo Bazzali, Director Ejecutivo del GPA.

Según la encuesta, la gran mayoría dijo que compraría

nuevamente en las tiendas de la red y destacaron, entre las principales características positivas, la facilidad que brinda un mercado de barrio, el ambiente familiar y la proximidad.

Las ventas de Jerónimo Martins en Colombia aumentaron un 83% en el 1S16

La cadena portuguesa mantiene su elevado nivel de crecimiento y continúa avanzando a paso firme en el mercado colombiano con sus tiendas Ara.

Jerónimo Martins reportó sus ventas consolidadas del primer semestre de 2016, que sumaron 6.958,5 millones de euros y representaron un crecimiento de 4,7% en relación al 1S2015, mientras que las ventas de Ara en Colombia alcanzaron los 101,5 millones de euros en el 1S2016, lo que significó un aumento de 83%.

Según el reporte, Ara abrió 19 tiendas en el país en los primeros meses del año. “En Colombia, Ara registró un desempeño en línea con lo planeado y ahora se prepara para entrar en su tercera región de operaciones, como para acelerar la expansión en el mercado”, expresó el Presidente del Consejo de Administración de Jerónimo

Martins, Pedro Soares dos Santos.

“Los resultados del semestre confirman nuestra confianza en la capacidad de las banderas para superar desafíos en los mercados en que operan y alcanzar las metas que se propusieron este año”, añadió Soares dos Santos.

Perspectivas para el 2016

En Colombia, Jerónimo Martins espera abrir en el segundo semestre su tercer centro de distribución en Bogotá y se enfocará en la ejecución del plan de aperturas de tiendas para el resto del año.

En Polonia, la cadena espera que el consumo continúe

creciendo. En tanto, en un contexto de baja inflación alimenticia, el ambiente competitivo deberá permanecer intenso. Biedronka se mantiene enfocada en capturar oportunidades de crecimiento, preservando un fuerte posicionamiento de precio y costos en el mercado polaco.

También en Portugal, la inflación de alimentos es muy baja y el mercado continúa dominado por promociones. La prioridad de Pingo Doce es consolidar su posicionamiento competitivo al mismo tiempo que apuesta en la mejora de la experiencia de compras en sus tiendas.

Grupo Éxito abre su primer supermercado dentro de un centro comercial

Se trata del almacén del Centro Comercial Valledupar que requirió una inversión de 4.000 millones de pesos.



Grupo Éxito anunció la apertura de su primer supermercado en el interior de un centro comercial en Valledupar, que requirió una inversión de 4.000 millones de pesos colombianos, se suma a las cinco tiendas que opera la cadena en ese municipio actualmente y ofrecerá una propuesta completa de mercado en un área de 900 metros cuadrados.

La tienda ubicada en el Centro Comercial Unicentro de Valledupar ofrece frutas y verduras, bebidas refrigeradas, comidas preparadas y panadería, carnes frías y lácteos, charcutería, delicatessen y

licores. Además, como novedad contará con una fuerte presencia de la marca propia Finlandek Select, productos para las categorías de cocina, mesa, organización y ropa hogar de excelente calidad y a precios asequibles para que los clientes puedan decorar su casa según su tendencia y estilo de vida.

Asimismo, esta tienda tendrá Catálogos Digitales donde los clientes pueden adquirir más de 3.000 referencias de productos en categorías de informática, tecnología, deportes, ferretería, hogar, entre otros, que pueden ser adquiridos sin que estén exhibidos físicamente en la tienda.

Las áreas protagonistas de la tienda son las de comidas preparadas, repostería, panadería, delicatessen y licores, según la compañía que reconoció: "Hoy estamos

felices de abrir otro punto de venta en esta hermosa ciudad, esta vez como el primer supermercado de la ciudad ubicado al interior de un Centro Comercial, lo que nos permite brindarle más y mejores opciones a nuestros clientes".

"Contar con almacenes Éxito en el Centro Comercial Unicentro, nos llena de satisfacción, porque es una alianza empresarial ganadora. Unicentro Valledupar busca brindarle a nuestros clientes una experiencia de compra diferente, cálida, acogedora, novedosa, y elegante. El Almacén Éxito es fundamental para complementar esta experiencia. Una súper tienda al alcance de la comunidad Vallenata", afirmó Tatiana Namen Rocha, Gerente de Unicentro Valledupar.

Walmart presentó su nueva tarjeta de crédito en El Salvador

Junto a Credomatic, la cadena minorista lanzó el plástico que beneficiará a miles de clientes en el país.

Walmart de México y Centroamérica y Credomatic de El Salvador lanzaron la nueva tarjeta de crédito bajo el nombre Walmart MasterCard de Credomatic, que en sus presentaciones Platinum, Gold y Clásica, ofrece tasas de interés competitivas y la posibilidad de comprar con mayores facilidades.

La nueva tarjeta de crédito ofrecerá a los clientes los beneficios de la MasterCard Fácil y la línea de financiamiento Compra Fácil

con soporte de BAC Credomatic. La gerenta de Asuntos Corporativos de Walmart, Claudia Ibáñez, explicó que “continuaremos manteniendo los mismos beneficios de la Tarjeta Fácil, pues nuestra finalidad es mejorar la calidad de vida de nuestros clientes ofreciéndoles una alternativa de compra”.

Dentro de los beneficios de Walmart MasterCard de Credomatic está un 7 % de acumulación de Dólares Fáciles en los cuatro

formatos de la compañía Walmart, Maxi Despensa, Despensa de Don Juan y Despensa Familiar y 1 % en otros comercios.

Además, beneficios exclusivos dentro de la tienda y para tarjetahabientes Credomatic, compras con tasa cero en Walmart y Maxi Despensa, uso internacional, Línea Fácil para atención y una sucursal electrónica para transferencias, pagos de tarjeta, consultas de saldo, productos y servicios.

La red estatal Banasupro se acerca a las 140 tiendas en Honduras

La Suplidora Nacional de Productos Básicos inauguró una nueva tienda en Tegucigalpa, en la colonia Tiloarque.



El gobierno hondureño a través de la Suplidora Nacional de Productos Básicos –Banasupro– inauguró la tienda número 139 de Honduras en la ciudad de Tegucigalpa, en la colonia Tiloarque, que

ofrecerá productos básicos a precios bajos para beneficiar a los consumidores.

"Con esta apertura Banasupro llega a las 139 tiendas en todo el territorio nacional, con esto nos acercamos a la meta de doblar el número de centros de venta, desde que inició la nueva administración del Presidente Juan Orlando Hernández que solamente eran 71 tiendas", comentó Luis Fernando Colindres, gerente general de

Banasupro.

Sobre Banasupro

Banasupro es la institución estatal encargada de comercializar los productos de consumo básico a la población en general, y en particular la de bajos ingresos, a precios razonables y competitivos, por medio de los centros de distribución en el territorio nacional.

FEMSA superó las 2.000 farmacias tras adquirir una nueva cadena en México

Definida como una "pequeña adquisición", el Fomento Económico Mexicano no descansa en su carrera de adquisiciones para fortalecer la División Salud.

FEMSA Comercio anunció que, a través de su subsidiaria Cadena Comercial de Farmacias, S.A.P.I. de C.V., realizó la adquisición del 100% de la red Farmacias Generix, dedicada a comercializar medicamentos genéricos, sumando así 70 sucursales a su División Salud y

alcanzando un total de 2.034 tiendas.

"Basada en Guadalajara, Jalisco, Farmacias Generix actualmente cuenta con más de 70 establecimientos en los estados de Jalisco, Guanajuato, Querétaro, Nuevo León y Ciudad de México. Con esta

transacción, FEMSA Comercio incrementa su cobertura geográfica y sigue avanzando en este atractivo segmento de comercio al detalle en formato pequeño", señaló el Departamento de Comunicación Corporativa de la compañía.

Membresías e e-commerce, las apuestas de Sam's Club para crecer en México

La bandera de clubes de precio de Walmart de México y Centroamérica tiene en claro cuáles son las claves para continuar creciendo en los próximos años.



Walmart de México y Centroamérica anunció que las claves para continuar creciendo con su bandera

Sam's Club en México serán el crecimiento de sus membresías, así como el desarrollo de una nueva plataforma de comercio electrónico, que se convertirá en "un nuevo canal de servicio y vinculación con nuestros socios".

"Además del comercio electrónico, Sam's Club ha puesto énfasis en otros tres

aspectos primordiales: incrementar la base de socios, continuar extendiendo su presencia a nuevas ciudades con una oferta diferenciada y desarrollar el talento de sus asociados para ofrecer un servicio de excelencia y sostener el crecimiento del negocio", expresó el retailer.

La Comer inauguró su octava tienda Fresko de México

La sucursal se encuentra en Guadalajara y requirió una inversión de 110 millones de pesos.

La Comer inauguró la segunda tienda Fresko de Guadalajara con una inversión de 110 millones de pesos mexicanos, que cuenta con una superficie de

piso de venta de aproximadamente 2.000 metros cuadrados, en la que se distribuyen más de 53.000 productos nacionales e importados como frutas,

verduras, carnes, quesos y embutidos, mariscos, bebidas, panes artesanales, pastelería fina, tortillería, así como una amplia oferta de comida preparada.

La octava tienda Fresko de México cuenta con 50 espacios de estacionamiento, además tiene el área Fresko Sania, donde se pueden disfrutar de mezclas de café provenientes de distintas

regiones cafetaleras del mundo, así como helados gourmet.

“Fresko es el formato de La Comer que hace énfasis en la frescura y calidad de los perecederos. También ofrece

abarrotes seleccionados de todo el mundo. Su tamaño varía de los 1.500 a los 4.500 metros cuadrados y su diseño permite a sus clientes una experiencia de compra rápida y ágil”, indicó La Comer.

Citymarket ya invirtió más de USD 10 millones en aperturas en Paraguay

La joven cadena de tiendas de cercanía continúa creciendo en el país y busca llegar a las 40 sucursales a fines de 2016.

Citymarket, la cadena de tiendas de cercanía de Paraguay, ya lleva invertido alrededor de 13 millones de dólares en aperturas en el país, donde cuenta con 26 sucursales en operación y espera alcanzar las 40 antes de fin de año.

Con dos años de presencia en Paraguay, Citymarket abrió la tienda número 26 en el barrio de San Roque de Lambaré y próximamente se sumará la sucursal de Coronel Oviedo, que será la segunda inauguración en el

interior del país.

La compañía invierte alrededor de 500.000 dólares por tienda y su plan de expansión contempla las 90 sucursales en operación para un futuro cercano.

Cronograma Capacitaciones 2016* - América Latina -

Fecha	País	Lugar	Tema
22 y 23 de Septiembre	México	México D.F.	CATEGORY MANAGEMENT PROCESS
12 y 13 de Octubre	Colombia	Bogotá	CATEGORY MANAGEMENT PROCESS
19 y 20 de Octubre	México	México D.F.	CATMAN & SHOPPER LATIN FORUM 2016
24 y 25 de Octubre	Colombia	Bogotá	KAM2 : INTENSE NEGOTIATION TECHNICS
27 y 28 de Octubre	México	México D.F.	KAM2 : INTENSE NEGOTIATION TECHNICS
16 y 17 de Noviembre	Argentina	Buenos Aires	KAM1 : ANALISIS & PLANIFICACION POR CUENTA CLAVE

* Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.



STAFF

Frédéric Gautier
CEO ILACAD World Retail

María Laura Raimondo
Retail Analysis Manager

Daiana Coronel
Villa Boleggi
Journalist & Retail Analyst

Oficinas

ILACAD World Retail Europe
48, Boulevard Montfleury
06400 Cannes – Francia

ILACAD World Retail
Argentina
Alsina 2197 (C1090AAG)
Buenos Aires – Argentina

ILACAD World Retail Brasil
Rua Major Sertório, 349 - 1º andar -
Vila Buarque - SP01222-001
São Paulo – Brasil

ILACAD World Retail
Colombia
Cr 13 N 94A -25 Oficina 412
Bogotá - Colombia

ILACAD World Retail
México
Río Nilo 80
Col. Cuauthémoc 06500
México D.F. - México