

# DESARROLLO DE CATEGORÍAS EN TIEMPOS TURBULENTOS

Programa Educativo Category Management para la  
Creación de Valor – LatAm **20-30 de mayo 2024**

¡Nueva fecha!



**KANTAR**

**catman**X  
Soluciones & Consultoría

 **RETAILLATAM**  
BUSINESS SOLUTIONS

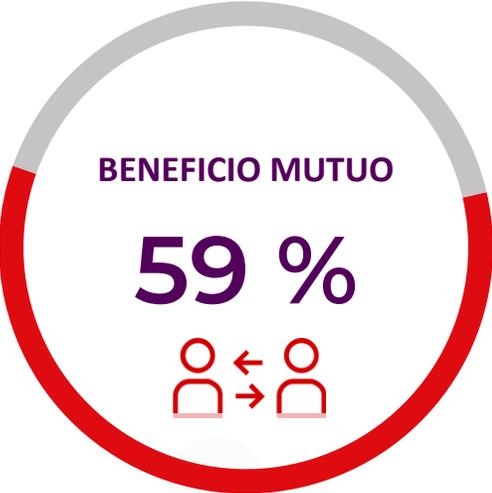
**DIGINS**

**infuse** 

# LA COLABORACIÓN ESTÁ MÁS VIVA QUE NUNCA.

¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS CONCRETOS PARA COLABORAR EN PROYECTOS DE CATEGORY MANAGEMENT?

EMPRESAS CPG QUE COLABORAN EN C.M.



# RETOS DE CPG EN TIEMPOS TURBULENTOS.



## 01. Presión Económica

La inflación ha erosionado el poder adquisitivo del consumidor, lo que ralentiza la venta y genera un ambiente de incertidumbre. Detallistas y fabricantes buscan estrategias para evitar la erosión de su base de clientes y sus ganancias.



## 02. Competencia Agresiva

El crecimiento solo es posible a través de canibalización, donde los descuentos agresivos y la excesiva oferta promocional propician el desgaste del valor... así mismo proliferan Hard Discount y Marca Privada.



## 03. Fragmentación

El consumidor ha incrementado su set de canales en busca de ahorros como respuesta a sus necesidades de ahorro. La experiencia omnicanal es clave.



## 04. Productividad

Retailers y fabricantes apuntan a la búsqueda de valor, a la innovación, a la eficiencia operativa y comercial para continuar siendo rentables. Y La categoría es el punto de partida para la innovación.

**68%**

de los Consumidores dicen que el incremento de costo de vida y otros problemas tienen un impacto en sus planes de vida.

-Kantar Consumer Insight 2023



**#1**

Adquirir conocimientos y herramientas necesarias para implementar proyectos CatMan exitosos.



**#2**

Conocer experiencias prácticas CatMan y la evolución de las mejores prácticas.



**#3**

Acercar la colaboración entre socios para relaciones comerciales sólidas y desarrollar sus ventas en el largo plazo apoyado en metodología de alineación externa e interna CatMan 2.0



**#4**

Conocer la metodología y herramientas actualizados CatMan 2.0, que respondan a la actualidad de mercado. Desarrollo de estrategias y programas impulsados por insights del shopper (precio / promoción, activación, ecommerce...)



**#5**

CatMan es un proceso Data Driven, apoyado en plataformas BigData, BI, Software CatMan especializado y estudios del consumidor.

# ¿CUÁL ES EL PROGRAMA Y SUS BENEFICIOS?

Es un programa educativo enfocado a la Industria del Consumo Masivo, que busca acercar la colaboración entre socios de negocios, al proveerles conocimientos y estrategias que permita construir relaciones comerciales más sólidas y desarrollar sus ventas en el largo plazo en un entorno complejo.

[Descubre más](#)

# ¿QUÉ LO HACE DIFERENTE?

## Experiencia



1

Experiencia comprobable en CatMan, Shopper y Trade Marketing multi-categorías con excelentes resultados en Latinoamérica.

## Acompañamiento



2

Hemos acompañado a fabricantes y detallistas de CPG, durables, ferreterías y otras industrias en Latinoamérica.

## Fuente de Soluciones



3

Atendemos activamente a la industria a través de servicios y soluciones tecnológicas efectivas y eficientes para un proceso CatMan E2E.

## Innovación Práctica



4

Independiente del proveedor, aplicamos y compartimos innovación tanto a la investigación de mercado, procesos CatMan 2.0 o metodologías de datos.

Nuestras metodologías apuntan en un sentido pragmático a sacar el máximo provecho de la información/datos disponibles, para abordar áreas prácticas poco desarrolladas en procesos CatMan (por las limitaciones ya sea de habilidades/conocimientos, datos o herramientas), pero fundamentadas en una visión integral para la creación de valor.

# METODOLOGÍA

“Consideramos que es más importante ser prácticos y dar pasos tangibles, en vez de teorizar sobre el conocimiento”

— Nassim Taleb

“El curso me pareció muy bueno, los talleres importantes y descriptivos”

— Retailer



## Sesiones Teóricas

8 Sesiones virtuales de 3 horas.  
Horario: 5:00 a 8:00 p.m. (UTC-5)  
Días: lunes a jueves x 2 semanas.  
Fecha: 20, 21, 22, 23, 27, 28, 29, 30 de mayo 2024.

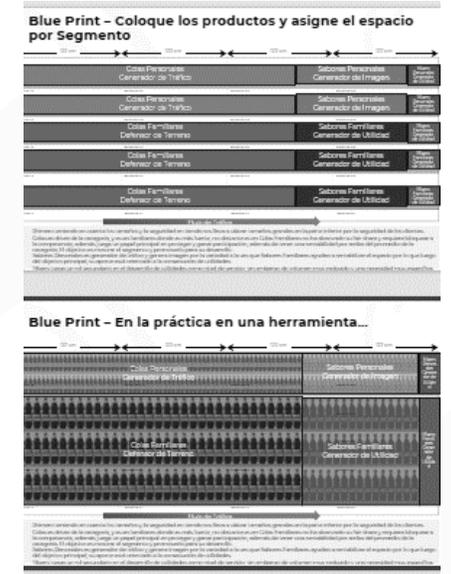
Parte #1



## Casos de Estudio

Desde ECR Community, CMA o propios se compartirán casos a fin de dar mayor comprensión de los temas discutidos.

Parte #2



## Talleres prácticos

Prácticas de trabajo en equipo (5 talleres por seminario).  
Composición: Planteamiento, Solución y Discusión.

Parte #3



## Mejores Prácticas

CMA, ECR, CatMan 2.0



## Prácticas e Investigación

Investigación, desarrollo y aplicación de mejores prácticas en casos reales.



## Pragmatismo de principio a fin

ML, Big Data, BI, Shopper Marketing, Omnicanalidad, C&S Journey, DT Plataformas de Crecimiento CatMan.



De los pasos indicados del proceso de Administración de Categorías, ¿cuáles pasos considera que son los más comúnmente omitidos o subdesarrollados?



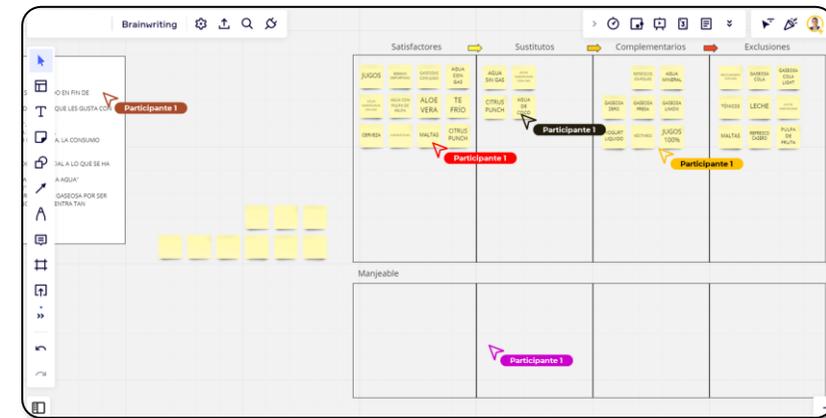
## Interacción

Plataforma para la interacción y conexión al contenido.

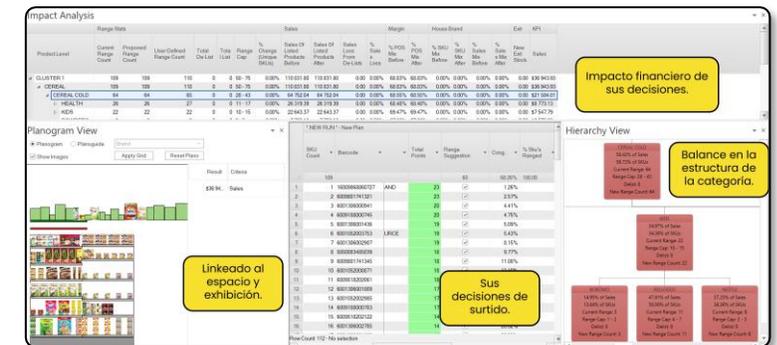
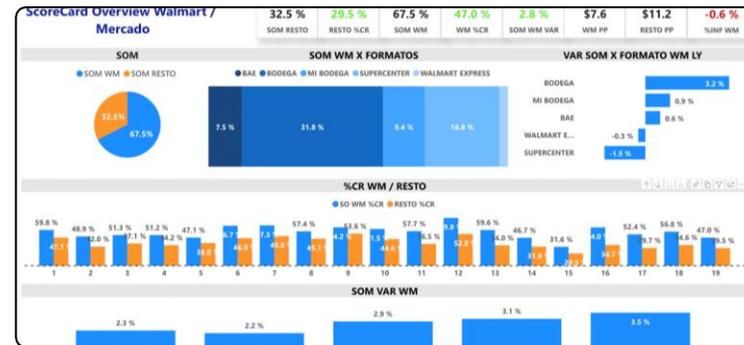
# ¿Por qué considerar CatMan & Retail Journey?

Experiencia en proyectos CatMan, shopper y optimización retail en Latinoamérica y España, con clientes fabricantes, detallistas y agencias.

Plataformas colaborativas que permiten poner en práctica ejercicios de definiciones / conceptos y aseguran la retención de lo aprendido.



Talleres tienes la opción de utilizar plataformas Analíticas / Big Data\*, Inteligencia Empresarial y Tácticas para Optimización de Portafolio\* y Planogramas.



# Contenido

Category Management para la Creación de Valor

## Día 1 - 20 Mayo

- **Bienvenida.**
- **Contexto de la industria del Retail y Caracterización del consumidor en tiempos de incertidumbre.**
- **Category Management - Concepto y resultados.**
  - ¿Dónde iniciar? - Elementos Habilitadores.
  - Estrategia Retail, posicionamiento y valor de marca.
  - Proceso CatMan 1.0 y la actualización CatMan 2.0
  - Habilidades Organizacionales, Gestión del Cambio y el Rol del Category Manager.
  - Evolución de los datos y tecnología de la información. Insights poderosos a mayor velocidad y precisión.
    - Canal digital nuevos vehículos para reclutar e influenciar estados de necesidad.
    - Big Data impulsa análisis y desarrollo AI, casos de aplicación.
    - Innovación Tecnológica → Innovación Retail.
    - Nuevo conocimiento conduce a adquirir nuevas habilidades.
  - Curva de madurez en CatMan. CMA.

## Día 2 - 21 Mayo

- **Relaciones de colaboración.**
  - Paso 0: Alineación Interna y Externa, Fabricantes y Detallistas.
  - Creación de Valor Consumidor / Shopper – “Visión de Categoría”.
  - Plataforma de Crecimiento de la Categoría.
  - Omnicanalidad - Consumidor y Shopper Integrado ¿Cómo entenderlo y la estrategia para abordarlo? ECR
  - Estrategia y Política Retailer.

## Día 3 - 22 Mayo

- **Paso 1: Definición de Categoría y mejores prácticas. La base para ventas y ganancias disruptivas.**
  - Comparación de Metodologías.
  - Implicaciones en un Contexto Turbulento.
  - Sesión práctica 1, Definición de Categoría.
- **Paso 2: Rol de Categoría. Base para la satisfacción del consumidor y shopper.**
  - Implicaciones en un Contexto Turbulento.
  - Análisis Cruzado de Categorías.

## Día 4 - 23 Mayo

- Rol y Misión de Compras, lo que dice la cesta de compras.
- Sesión práctica 2 - Plataforma Big Data (CRM).
- **Paso 3: Evaluación de la categoría, base para una estrategia a la medida.**
  - Implicaciones en un Contexto Turbulento.
  - La Taxonomía del ¿Qué? y el Insight del ¿Por Qué? del CatMan 2.0
  - Ruta Analítica CatMan 2.0 e inmersión.
  - Analítica del Mercado, Retailer y Shopper.
  - Analítica de Causales: Surtido, Precio (sensibilidad a precio y , Merchandising, Promoción y Camino a la Compra Digital).

Horario: 5:00 a 8:00 p.m. (UTC-5)

Días: lunes a jueves x 2 semanas.

# Contenido

Category Management para la Creación de Valor

## Día 5 – 27 Mayo

- **Continúa – Evaluación de la Categoría, base para una estrategia a la medida.**
  - Diagnóstico, ¿Por Qué? El Insight detrás de la Estrategia.
  - Metodología Data Storytelling.
  - Sesión práctica 3, Diagnóstico de Categoría.
- **Paso 4: Scorecard / Objetivos de la Categoría - Conectando los pasos de planeación con las acciones.**
  - Implicaciones en un Contexto Turbulento.
  - Fuentes de Datos.
  - Conectando KPIs y Resultados.
  - Caso.
- **Paso 5: Estrategias de la Categoría.**
  - Implicaciones en un Contexto Turbulento.
  - Set de estrategias CatMan y el nuevo contexto.
  - Caso Colombia.

## Día 6 – 28 Mayo

- **Paso 6: Tácticas de Categoría.**
  - Surtido Eficiente. Fundamentos, Proceso e Introducción Eficiente de Productos.
    - Sesión práctica 4, Surtido Eficiente - Herramienta de Surtido.
  - Precio y promoción.
    - Elementos de la Percepción de Precio.
    - Análisis y acciones tácticas: Elasticidad de precio propia y cruzada, Cesta de Compra, Escalera de Precio y Clústeres.
    - Promociones: Tipos y Efectividad. Proceso de Promociones Eficientes ECR.

## Día 7 – 29 Mayo

- Exhibición
  - Datos requeridos.
  - Merchandising.
  - Proceso Gestión de Espacios.
  - Sesión práctica 5 - Gestión de Espacios.
- Shopper Marketing
  - Shopper Marketing, Definición y herramientas Clave.
  - Shopper Insights y Psicología del Shopper.
  - Shopper Marketing, Barreras y Retos de la Implementación.
  - Enfoque Ágil de Aplicación.

## Día 8 – 30 Mayo

- **Paso 7: Implementación.**
  - Responsable, Lista de Verificación y Principales Fallas del Cumplimiento.
  - Herramientas de Validación antes de la Implementación Real. Realidad Virtual.
  - Caso Aplicado.
- **Paso 8: Monitoreo y Revisión.**
  - Tecnologías:
    - Planogram compliance y móviles (Ailet).
  - CatMan ROI.
  - CatMan y Cadena de Suministro.
  - Cierre y evaluación.

Horario: 5:00 a 8:00 p.m. (Colombia/Ecuador UTC-5)

Días: lunes a jueves x 2 semanas.

# Dirigido a

Profesionales que se desarrollen en la industria de productos de consumo masivo o que para su trabajo requieran de técnicas y conocimientos de Administración de Categorías



## Retailers

Compras  
Administración por Categorías  
Planogramación / Administración de Espacios  
Administración de Surtido  
Mercadeo  
Gerentes Comerciales  
Logística y Abastecimiento  
Shopper Marketing



## Proveedores

Ventas  
Trade Marketing  
Key Accounts  
Administración por Categorías  
Go to Market  
Mercadeo y Gerentes de Marca  
Investigación de Mercados  
Shopper Insights  
Shopper Marketing

# Calificación de los participantes.



**Ramses excelente formador.**

Paula Angulo – AB InBev



**“Muy buen contenido del programa y mucho conocimiento por parte del interlocutor”.**

Fabián Zamora –  
Supertiendas Cañaveral



**“El curso me pareció muy bueno, los talleres importantes y descriptivos”.**

María Elvira Prado –  
Surtifamiliar.



**“Me gusto el curso, actualicé conceptos que son muy necesarios para el día a día de mis actividades”.**

**Diego Fernando Ruiz -  
Surtifamiliar**



# Conoce a los Facilitadores

Panel Experto

Panel experto consultor en Category Management, Inteligencia Empresarial y Big Data, Shopper Marketing e Investigación de Mercado.





# Nacira Barraza

Shopper & Consumer Insights Expert |  
Account Manager Latam en Kantar

# KANTAR

 [www.linkedin.com/in/nacira-barraza-ella-she-ela-3323b726/](https://www.linkedin.com/in/nacira-barraza-ella-she-ela-3323b726/)

## +Experiencia

Nacira es profesional en Economía y Magister en Administración especializada en Investigación de Mercados con foco en bienes de consumo masivo.

Más de 10 años de experiencia trabajando en roles regionales en la división Worldpanel de Kantar, co-creando insights para impulsar el crecimiento de las marcas en entornos altamente competitivos.

Trabajo continuo con áreas de shopper insights de multinacionales de consumo masivo orientado a la planificación estratégica y activación en canales

## +Proyectos

- Participación de JBPs para diferentes cadenas a lo largo de América Latina en conjunto con grandes empresas de consumo masivo
- Análisis de performance y oportunidades de crecimiento en categorías de Alimentos, Bebidas, Cuidado Personal y Cuidado del Hogar con multinacionales como PepsiCo, Colgate, Softys, Tetra Pak, P&G, Nestlé, entre otros.



# Daniel Sampietro

Director Global | Comercial&Ventas | Marketing | Consultoría | Operaciones



 [linkedin.com/in/danieledgardosampietro](https://www.linkedin.com/in/danieledgardosampietro)

## +30 experiencia

Daniel posee amplia y sólida experiencia internacional con capacidades probadas y una sólida comprensión del mercado local y regional, ha desarrollado su carrera trabajando +26 años en la empresa Nielsen, ocupando posiciones ejecutivas en Argentina, México y Chile, con responsabilidades en América Latina y a nivel Global, liderando y ejecutando exitosamente negociaciones, consultoría de negocios, ventas y comercialización, desarrollo de productos e innovación, con Retailers y Fabricantes de la industria de Consumo Masivo. Experto en Soluciones de Software ASO, Category Management a nivel estratégico y táctico.

Fundó en 2018 la empresa RETAILATAM, para ofrecer, en América Latina y España, Soluciones para el Retail, desde sofisticadas plataformas de toma de decisiones habilitadas con IA, hasta simples y accesibles soluciones de software value for money.

## +100 proyectos

- Consultor en proyectos de Category Management, Administración de Espacios y Optimización de Surtidos para Fabricantes y Retailers en América Latina. Líder de proyectos de implementación de Soluciones Nielsen Assortment & In Store Space en Retailers de la región: Cencosud, Carrefour, Walmart, Comercial Mexicana, Soriana, Grupo Scorpion (Mayoristas MEX), Zorro (Mayoristas MEX), entre otros.
- Desarrollo, consolidación y ejecución de Shopper Practice de Retailers en Nielsen LATAM. Consultor en la comprensión de necesidades de los Retailers para ofrecer una solución única.
- Desarrollo e implementación de los Servicios Educativos en Nielsen para América Latina. Lanzamiento en México en 2003. La Serie Educativa Category Masters
- Implementación de nuevo Scorecard Digital y armonización /estandarización del reporte Retailer Health Tracker por Grupo de Mercado de Nielsen (+100 países)
- Consultoría de Negocios en Category Management y Outsourcing de Servicio de Planogramación en Cencosud Chile



# Ramses Landaverde

Líder Comercial y Consultoría.  
Consultor, entrenador y conferencista.



## +20 experiencia

Administrador de empresas con especialidad en transformación organizacional. Experiencia en el desarrollo de proyectos de entendimiento del comprador y gestión de categorías para fabricantes y detallistas. Líder de equipo CatMan Consulting Services Andina. Análisis con múltiples fuentes de información proveniente de Estudios de Shopper, Estudios Sindicados de Mercado, Datos Internos del Cliente para desarrollar insights, recomendaciones y estrategias para nuestros clientes de consumo masivo. Desarrollador y conferencista de la serie educativa Nielsen Category Masters y speaker ANTAD 2024 para la industria de consumo masivo en Latinoamérica. Responsable comercial de los servicios y productos para gestión de espacios y optimización de surtido Nielsen para Colombia, Andina y Caribe. Consultor y emprendedor. Formación en Data Science y ML.

## +80 proyectos

- Fundador de firma de consultoría especializada en Category Management CATMAN XPERTS en Colombia brindando servicios como: a) Herramientas especializadas para gestión de espacio y surtidos con socios internacionales (Proyectos LatAm), b) establecimiento de procesos y mejores prácticas a empresas de consumo masivo (Retailers), c) tercerización category management a lo largo desde la planificación, análisis, plan y ejecución en tienda, d) análisis industria para visión y estrategia de canales de distribución, e) entrenamiento y capacitación en category management (GS1/Logyca Partner), f) optimización de surtido, g) administración de macro (floor-planning) y micro (planogramas) espacio, h) servicios aplicados Business Intelligence para trade marketing. Brindando servicios en 2019 para: diseño e implementación de servicios Nielsen Perú (SUPESA, Unilever, Backus y Coca Cola), Ecuador (Unilever, MSM y GPF) y en Colombia Edgewell, Clorox y Corona, i) Estrategia G2M y Shopper Marketing, j) Herramientas AI para ejecución, k) Metodología de Medición Perfect Store (Corona Col) y activación CRM (Salesforce).
- Establecimiento de alianzas estratégicas con proveedores globales de soluciones tecnológicas y servicios, Realidad Virtual - VRINSIGHT, Big Data - Salient Company, Software CatMan All-in-One DotActiv, Shopper Marketing – Entrenamientos - Infuse, GS1 Logyca entre otras.



# Aldo Santos

Especialista en Inteligencia comercial & CatMan.



 [www.linkedin.com/in/aldosantosdelprado](http://www.linkedin.com/in/aldosantosdelprado)

## +25 experiencia

Aldo posee una alta visión empresarial y estratégica, con más de 10 años en la Industria de la Investigación de Mercados. Amplia experiencia en la implementación de procesos de Gestión de Categorías y Gestión de Espacios. Gran pasión por la comprensión del comprador. Agregar valor a las Empresas a través de nuevas tecnologías de punta para mejorar la eficiencia empresarial relacionada con el proceso de Gestión de Categorías, la gestión de procesos de negocio y los resultados finales. Ex Nielsen, Blacksmith Research, Walgreens Development Manager y fundador Digital Insights México.

Ponente en Seminarios alrededor de Latinoamérica (Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Venezuela) y Estados Unidos (Miami) relacionados con Business Intelligence, Category Management, Space Management, Surtido, Merchandising, e-Learning, Trade Marketing, Visual Merchandising, Retail Tendencias en América Latina, Shopper Management.

Especialidades: Marketing, Ventas e informes con información del consumidor y de investigación. Category Management, Surtido, Gestión de Espacios y Merchandising. Change Management, experiencia de ejecución.

## +Proyectos

- Inteligencia de negocios: Integración Market Data, Shopper insights, KPI's internos y de mercado, entendimiento del viaje y ruta de compra, creación de clusters y segmentación de compradores.
- Gerenciamiento de planogramas: para más de 60 categorías, incluidas divisiones como OTC, CHP, belleza, comestibles y bebidas, implementación del proceso de optimización de portafolio con datos adicionales.
- Fidelización: segmentación personalizada, gestión de campañas de fidelización y activación / comunicación con el shopper. Herramienta CRM, Salesforce y software de entrega de campañas.
- Comprensión, tendencias y desempeño del comprador en toda la región, encontrando oportunidades. Ejecutar acciones comerciales con los productos y servicios para incrementar los ingresos de la empresa y garantizar la satisfacción de los clientes.



# Nicolás Gómez

CEO & Co.Founder | Shopper Marketing |  
Innovación | Diseño UX | Design Thinking |  
Workshops de innovación



 [www.linkedin.com/in/aldosantosdelprado](https://www.linkedin.com/in/aldosantosdelprado)

## +Experiencia

Nicolás es especialista, profesional en publicidad y mercadeo, especialista en shopper marketing, trade marketing, innovación y diseño basado en el usuario o UX.

Más de 15 años de experiencia diseñando estrategias para el punto de venta, en canales como supermercados, tiendas, e-commerce y farmacias entre otros.

Experiencia desarrollando proyectos de conversión del shopper para influenciar la decisión de compra en la última milla y motivar e integrar a los diferentes equipos de ejecución para alcanzar el éxito.

## +Proyectos

- Experiencia en diferentes categorías de la mano de multinacionales de consumo masivo y laboratorios como Kimberly Clark, Mondelez, Diageo L'Oreal, y Sanofi entre otros. Con foco en la comunicación, Category Management, planes de incentivos y lanzamientos.
- Creación de metodologías propietarias que potencian la conversión del shopper y las organizaciones.

# MUCHO MÁS POR SU INVERSIÓN

Valor neto a ser cancelado, NO incluye ningún tipo de impuesto.

Incluye:

- Acceso a sesiones virtuales.
- Acceso a herramientas para realización de talleres.
- Certificado de participación.
- Memorias en formato digital.



**Formulario de Inscripción**



**¿Tienes dudas?**

**Descuento 2**  
**US\$410**

**COP 1.6M**  
**MXM 6 797**  
**UF 10.86**

Confirmación y pago antes del 03 de mayo.

Descuento grupos hasta 5 participantes

**Descuento 1**  
**US\$380**

**COP 1.5 M**  
**MXM 6 299**  
**UF 10.06**

Confirmación y pago antes del 19 de abril.

Descuento para grupos mayores a 6.

**Estándar**  
**US\$450**

**COP 1.8 M**  
**MXM 7 460**  
**UF 11.92**

Precio Estándar.

Democratizando el acceso al conocimiento para la creación



**iTE**

**ESPERAMOS!**

Cupos Limitados.

