

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

Resolución 254 del Ministerio de Salud

Compartimos la Resolución 254 del 21 de febrero de 2023 del Ministerio de Salud, “Por la cual se corrige un yerro en la Resolución 2492 de 2022, modificatoria de la Resolución 810 de 2021”.

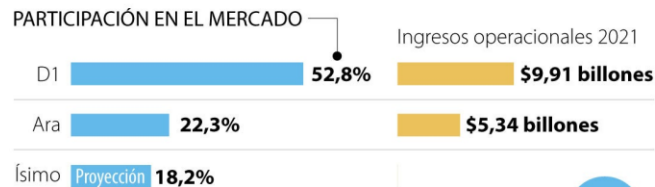
Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el documento.

Concepto técnico del Ministerio de Salud

Compartimos el Concepto técnico del Ministerio de Salud, en referencia al cálculo para las dimensiones del único sello de advertencia de la Resolución 2492 del 21 de 2022 con áreas superiores a 300 cm².

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el documento.

ASÍ ESTÁ EL MERCADO DEL 'HARD DISCOUNT' EN COLOMBIA



SOBRE



Pertenece al Grupo Olímpica en alianza con Plan B

Fuente: Ísimo
Gráfico: LR-GR

US\$60 millones de inversión aproximada

700 tiendas en operación prevé tener este año

4.000 empleados espera tener al finalizar 2023

2.350 puestos de trabajo está creando en el primer semestre de 2023

CALENDARIO

OTROS BOLETINES Y NOTICIAS DE ALIADOS

RETAIL NACIONAL

RETAIL INTERNACIONAL

ARTÍCULOS DE ECOMMERCE

NOTICIAS DE OTROS TEMAS

TIENDA REGISTRADA

REVISTA ANDI

Para ir directamente a cada uno de los anteriores temas, haga click en cada uno o baje con el cursor

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

CALENDARIO

Próximas reuniones 2023 de la Cámara

Comité Ejecutivo Comercial Canal Moderno

Jueves	Febrero	9	3:00 a 4:30 a.m
Martes	Abril	18	3:00 a 4:30 p.m
Jueves	Agosto	10	3:00 a 4:30 p.m
Jueves	Octubre	12	8:00 a 9:30 a.m

Comité Ejecutivo Comercial Canal Tradicional

Jueves	Febrero	14	3:00 a 4:30 p.m
Jueves	Septiembre	14	3:00 a 4:30 p.m

Comité Ejecutivo Comercial Conjunto (canales Moderno y Tradicional)

Jueves	Junio	15	3:00 a 4:00 p.m.
Martes	Diciembre	5	3:00 a 4:30 p.m.

Comité Digital

Jueves	Marzo	16	8:00 a 9:00 a.m
Martes	Mayo	9	8:00 a 9:00 a.m
Martes	Julio	11	8:00 a 9:00 a.m
Martes	Septiembre	12	8:00 a 9:00 a.m
Jueves	Noviembre	9	8:00 a 9:00 a.m

Para mayor información: jacosta@andi.com.co

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

ARTÍCULOS DESTACADOS

Lo invitamos al próximo Workshops Joint Business Planning que realizaremos con Mark Tucker de Global Retail Consulting el 23 y 24 de octubre de 2023 de manera presencial. Si se encuentra interesado puede escribir a: jacosta@andi.com.co o al número 3182668765



WORKSHOP JOINT BUSINESS PLAN
15 y 16 de febrero 2023. Bogotá, Colombia

Después del exitoso taller de noviembre, hemos recibido solicitudes para realizar nuevos talleres en 2023. La Cámara de Proveedores y Canales de Distribución de la ANDI, buscando desarrollar en Colombia buenas prácticas colaborativas entre Proveedores y Retailers, está promoviendo un nuevo Workshop sobre Joint Business Planning en Bogotá, con el instructor Mark Tucker, Director de GLOBAL RETAIL CONSULTING & TRAINING.

El Dr. Tucker fue director de Wal-Mart en US e Internacional, además uno de los instructores más destacados del programa de Retail de la alianza de Wal-Mart con la institución educativa North West Arkansas Community College. Cuenta con más de 30 años de experiencia comercial aplicada, ejercida en varios países del mundo, incluyendo Japón, Brasil, Argentina y México. Por su relación con la Cámara de Proveedores, conoce desde hace tiempos, muy bien el mercado de autoservicios de Colombia.

Este es el workshop #12 sobre JBP que realizamos con el Dr. Tucker en el que se han formado más de 376 ejecutivos entre proveedores y retailers en Colombia.

EXPERIENCIAS

JHON OLIVERA
Vicepresidente Comercial
"El JBP que organizamos en febrero en el 2023, es una manera buena de entender conjuntamente con los proveedores las mejores prácticas que cada uno está compartiendo. Hemos abarcado todos los rubros de retail, supermercados, farmacias, jugueterías y promociones tomando como referencia la estrategia del retail y del consumidor."
"Por eso ahora en Jumbo los proveedores de los retail, se alinea la estrategia, se aprueba el proceso comercial y se cambia a las operaciones. Desde el año anterior, estamos en proceso de implementación con varios proveedores."

CARLOS AREL GÓMEZ
Vicepresidente Comercial
"Tiene la oportunidad de estar al lado de JBP en Bogotá con otros miembros aliados comerciales de entidad. Por una oportunidad de conocer el modelo colaborativo que el grupo Jumbo ha venido trabajando en su relación comercial con nuestros aliados a una reunión a seguir trabajando de una manera colaborativa con indicadores comunes entre las partes, buscando la excelencia en la operación. Seguiremos así en esta importante actividad de excelencia de nuestros proveedores."
"Hay una excelencia buscando JBP con el objetivo de 20 años de comercio."

Dirigido a empresarios, tanto Proveedores y Distribuidores, como Retailers de las áreas de:
Compras, Ventas, Marketing, Trade Marketing, Logística y Finanzas



OBJETIVO DEL WORKSHOP

Desarrollar un proceso de planificación de negocio conjunto para los retailers y proveedores, compartiendo las mejores prácticas que apoyan ese compromiso. Durante este workshop se trabajará en:

- Incorporar las condiciones actuales del mercado entre los minoristas y proveedores.
- Compartir las mejores prácticas y cómo incorporarlas en un mercado existente.
- Trabajar a través de los obstáculos que los proveedores / minoristas se enfrentan al tratar de hacer crecer su negocio.
- Establecer las normas para el desarrollo / mejora de la relación minorista y proveedor.
- Práctica aceptable para el intercambio de información entre los minoristas y proveedores.
- Revisar el proceso de planificación general conjunta de negocios y la forma de poner en práctica.
- Los pasos para lograr JBP:

Diagrama de flujo:

El proceso de planificación comercial conjunta se muestra como un ciclo de tres etapas: **Alignment** (Alineación), **Execution** (Ejecución) y **Review** (Revisión). El Alignment incluye 'Self Alignment' y 'Team & Responsibilities'. La Execution incluye 'Supporting Tactics' y 'Team & Action'. El Review incluye 'Supporting Strategies' y 'Alignment'.

Una vez que se produce la alineación interna, se debe proporcionar claridad a los diversos equipos interfuncionales sobre sus roles y responsabilidades. La definición clara de roles y responsabilidades es fundamental para garantizar la rendición de cuentas. El proceso JBP está alineado para que existe responsabilidad en cada paso del proceso.

- Después de alineados, viene el proceso de implementación

El PLAN COMERCIAL CONJUNTO tiene que ser realista y algo que pueda ejecutarse. El proceso de planificación comercial conjunta puede ser una combinación de estrategias a corto plazo y largo plazo. Una vez que se ha ejecutado el JBP, es fundamental revisar los resultados y garantizar que las tácticas y estrategias sean suficientes para alcanzar el objetivo.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

OTROS BOLETINES Y NOTICIAS DE ALIADOS

<p>Consumo en tiempo real</p>  <p>Tendencias del consumo en tiempo real: análisis de transacciones tarjetahabientes</p>	<p>El Tiempo</p> <h1>EL TIEMPO</h1>
<p>Portafolio</p> <h1>Portafolio</h1>	<p>La República</p> <h1>La República</h1>
<p>El Espectador</p> <h1>EL ESPECTADOR</h1>	<p>Semana</p> <h1>Semana</h1>

Nota: haga click en la imagen anterior para ver todo el boletín.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

RETAIL NACIONAL

Ísimo abre sus tiendas en Bogotá, ¿cómo está la participación del 'hard discount'?

Ísimo entró a competir en un mercado que es principalmente dominado por D1 y Tiendas Ara, quienes tienen una participación de 52,8% y 22,3%, respectivamente. Mientras que la nueva marca de bajo costo prevé quedarse con 18,2% del segmento.

Fuente: La República

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Grupo Éxito tuvo ingresos por \$20,6 billones y una utilidad neta por \$99.072 millones

Grupo Éxito presentó los resultados operacionales consolidados (Colombia, Uruguay y Argentina) correspondientes a 2022. Entre estos resaltan sus ingresos que fueron por \$20,6 billones. El Ebitda recurrente consolidado del año llegó a \$1,7 billones.

Fuente: La República

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Tiendas Miniso en el país representan el 6 % de las ventas globales

Con casi cinco años de operaciones y 71 tiendas, Colombia pesa el 6% de la venta totales de la cadena Miniso que está en 105 países con 5.400 locales. Indonesia por, ejemplo, tiene el mismo peso pero con 200 puntos.

Fuente: Portafolio

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

47 tiendas Ísimo en Colombia

Con su entrada al canal Hard Discount ya empieza a tomar parte de la torta de mercado y buscará el gran reto de ganar participación de share, pese a que D1 y Ara de Jeronimo Martins vienen haciendo un duro trabajo durante más de una década.

Fuente: LinkedIn

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Cifras récord y expansión a nuevos mercados, lo que comparten los nominados al Empresario del Año

Los nominados para ser elegidos como el 'Empresario del Año LR 2022' son los siguientes: Norman Chaparro, presidente de Inter Rapidísimo; Camila Escobar, presidente de Procafecol (Juan Valdez); Rubén Minski, CEO de Procaps; César Caicedo, presidente de Colombina; y Roberto Moreno, presidente de Amarilo.

Fuente: La República

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Estas son las marcas que más enamoran a los colombianos

Desde la perspectiva del marketing, el concepto de la pasión ha tenido un cambio importante en la forma en que las marcas se han comunicado hacia sus consumidores en los últimos cinco años.

Fuente: P&M

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

RETAIL INTERNACIONAL

Target reports 43% drop in profits from holiday quarter, cautious on 2023 outlook

Target reported on Tuesday a 43% drop in profits and a slight uptick in sales for the holiday quarter, reflecting the discounter's ongoing challenges of cautious consumer spending and its own higher costs.

Fuente: Fortune

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

El crecimiento de la marca blanca se ralentiza

En un contexto marcado por la inflación, el consumidor compara marcas dentro de los lineales del supermercado y busca opciones fuera de sus cadenas habituales. El comportamiento del consumidor está fuertemente marcado y relacionado con la reacción de los distribuidores, que se afanan por ganar la batalla de la marca blanca, que ha recuperado gran protagonismo en las preferencias de los consumidores.

Fuente: Food Retail

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Carrefour prueba a presentar los productos en cajas

La segunda cadena de alimentación en cuota se rinde a la operativa que ya llevan tiempo realizando sus competidores. Carrefour prueba la presentación de los productos en cajas, como hacen Mercadona, Lidl o Dia, por nombrar algunos ejemplos. En concreto, este piloto se está llevando a cabo en el hipermercado Carrefour de Montequinto, en Sevilla.

Fuente: Food Retail

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

P&G Launching Supply Chain Platform for Retail Partners, Dives Into Digital Innovation and Data Strategies

P&G is continuing to invest in digital transformation, focusing specifically on the supply chain, retail execution, and environmental sustainability.

Fuente: Consumer Goods

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

La nueva trinidad de los sentidos en el marketing: El neuromarketing, audio branding y la experiencia

Las experiencias, los sentidos olfativos, gustativos, vista y auditivos juegan un papel clave en la recordación de las marcas en la mente de los consumidores y sin duda necesitan constituirse como el siguiente paso del Marketing y las comunicaciones estratégicas en las organizaciones.

Fuente: P&M

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

China no será la fábrica del mundo

La interacción de múltiples factores parece ponerle fin a la hegemonía manufacturera china. En el plano económico, el aumento de los costos laborales y el envejecimiento de la fuerza laboral le hacen perder competitividad frente a India o Malasia.

Fuente: Andrés Espinosa

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

ARTÍCULOS DE ECOMMERCE Y OMNICALIDAD

Negocio digital del Éxito llega al 12 % de sus ventas

Según la compañía, los resultados omnicanal se apalancaron en el crecimiento a doble dígito de la categoría de alimentos, con una participación del 10,5% y de la categoría de no alimentos del 15% con compras realizadas a través de las páginas web aplicaciones móviles, líneas telefónicas, chats de WhatsApp y catálogos digitales.

Fuente: América Retail

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

5 claves para aplicar la inteligencia artificial en el ecommerce

La inteligencia artificial se está consolidando rápidamente como la tecnología de vanguardia capaz de automatizar y mejorar los procesos de producción. A pesar de que esta herramienta promete hacer el trabajo humano más eficiente, existen numerosos debates sobre sus beneficios.

Fuente: América Retail

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Amazon Expands Same-Day Delivery, With Fees, While Battling Slow Growth

The tech giant is continuing to devote resources to facilities and services structured to deliver packages to customers in less than a day. The expansions are happening at a crucial point for Amazon, which faces competition for fast-delivery options while Chief Executive Officer Andy Jassy puts a renewed focus on profits.

Fuente: Wall Street Journal

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

Kraft Heinz Joins AB InBev's BEES Digital Platform

Kraft Heinz is partnering with AB InBev as part of its BEES e-commerce platform in order to grow its reach within emerging markets — leveraging the beverage giant's distribution network for a presence in regions where it has little or no activity.

Fuente: Consumer Goods

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Cinco tendencias del influencer marketing que marcarán el 2023

La industria global del Influencer Marketing mostró grandes resultados durante el 2022, alcanzando US\$16.4 billones de dólares, creciendo el 19% vs el 2021. En el caso de Colombia, la inversión estimada fue de 20 millones de dólares, lo cual representa un crecimiento del 35% vs el 2021.

Fuente: P&M

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico ha anunciado las fechas de realización de Cyberlunes® para el 2023

Como parte de sus iniciativas para 2023, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico ha organizado 3 eventos de activaciones de ventas online bajo la marca Cyberlunes®. De cara a fechas como el día de la mujer o la época de Semana Santa llevaremos adelante nuestro primer evento de Cyberlunes®, entre el 6 y el 8 de marzo.

Fuente: América Retail

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

ARTÍCULOS DE OTROS TEMAS

¿Sabemos si crecemos?

El año comenzó duro. Los hogares no vieron aumentado su ingreso de manera importante, las empresas siguen esforzándose para evitar subir precios y comienza el impacto de la reforma tributaria, alzas de arriendos y útiles escolares.

Fuente: Portafolio – Camilo Herrera

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Frustración

Consumir es el acto de satisfacer una necesidad por medio de un bien o servicio. De los muchos problemas que tenemos como seres humanos, uno de los más complejos es el de la inevitable insatisfacción en que vivimos.

Fuente: P&M – Camilo Herrera

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

Alquería busca donar 10 mil vasos de leche a niños que lo necesitan

Promoviendo una nutrición adecuada y balanceada para los colombianos, Alquería creó una gran iniciativa en el Día Mundial de Ratón Pérez, que hace alusión al aporte nutricional que brindan los lácteos para tener dientes sanos y fuertes.

Fuente: Redexpertos

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

TIENDA REGISTRADA



EL CHOCOCONO CREAM HELADO CRACK AGRANDADO X 110 GR

tuvo su primera venta en tienda el 21 de marzo del 2022 en la ciudad de Bogotá.

Estos son sus indicadores promedio en lo corrido del año:



Tiendas vendedoras:

27%

Rotación unidades:

26 unidades rotadas en promedio por tienda al mes

Precio promedio de venta:

\$2.350

Luego de unos meses de lanzamiento del de Choco Cono Crack en el canal tradicional, estos son algunos de los indicadores de su desempeño.

Extendemos nuestras felicitaciones a Crem Helado por este delicioso producto.

Fuente: Tienda Registrada – LinkedIn

Nota: haga click [aquí](#) para ver todo el artículo.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

REVISTA ANDI



Nota: haga click en la imagen anterior para ver la revista completa.

[Regresar al contenido](#)

BOLETÍN 07 - 2023

DEL 27 DE FEB AL 3 DE MAR

Luis Fernando Aguirre	Carlos Eduardo Pinto	Juan Diego Acosta
Director	Subdirector	Asistente
laguirre@andi.com.co	cpinto@andi.com.co	jacosta@andi.com.co

Si recibe este mensaje es porque su información personal reposa en nuestras bases de datos para atender las actividades gremiales, contractuales o legales a las que haya lugar. Dando respuesta a este mensaje se entenderá que autoriza a la ANDI para continuar con su tratamiento. En cualquier momento podrá realizar consultas y solicitar el retiro, actualización, corrección y/o supresión de sus datos escribiendo al correo protecciondedatos@andi.com.co

Conozca [Aquí](#) la política de tratamiento de datos personales de la ANDI.