



3ª Edición Category Management Forum. El futuro del Category Management ya está en marcha

Descubre cómo la innovación, la omnicanalidad, el Retail Media y la inteligencia artificial están transformando la gestión por categorías y la colaboración entre fabricantes y distribuidores.

-

15 de octubre

Hotel Ilunion Pio XII
Avda. de Pio XII, 77
28016. Madrid

-

De 10:00h a 15:00h. Incluye
café de bienvenida y cóctel
networking.

¿Por qué asistir?

Descubre cómo la innovación, la omnicanalidad, el Retail Media y el Growth Management están redefiniendo la forma de gestionar las categorías y de colaborar entre fabricantes y distribuidores.

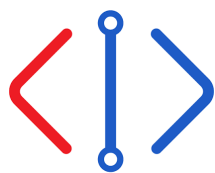
En este contexto, el CatMan Forum reúne a los profesionales del Gran Consumo para conocer casos reales, compartir experiencias y anticiparse a las tendencias que marcarán el futuro de la disciplina.

En esta 3.ª edición, compañías líderes compartirán proyectos, aprendizajes y buenas prácticas para afrontar los principales retos del Category Management.

Objetivos de esta jornada

- Mostrar al sector cómo la gestión por categorías evoluciona para dar respuesta a los nuevos retos del mercado: nuevos segmentos de categorías, nuevos canales y nuevas tecnologías.
- Conocer el estado actual del sector en materia de proyectos de gestión por categorías a través de los resultados del 3er Barómetro AECOC de colaboración en Category Management.
- Identificar tendencias y oportunidades para integrar nuevas herramientas y enfoques en los procesos propios de gestión de categorías.
- Participar en sesiones de debate y networking con la comunidad de Category Management, Trade Marketing y Shopper Marketing del Gran Consumo español.

Con la participación de



Carrefour
LINKS



¡veremos ayudarte!



Unilever

Dirigido a

- Fabricantes: Directores y responsables de las áreas comerciales, trade marketing y category management y sus equipos, Revenue Growth Management, Areas de Marketing
- Distribuidores: Directores y responsables de las áreas de comercial, compras y ventas, Category Managers, compras y responsables de surtido y planogramación, Responsables de Retail Media y digitalización comercial.

Programa

10:00h Café de bienvenida y acreditaciones

10:30h Inicio de la Jornada

- **SITUACIÓN ACTUAL · 3er Sondeo AECOC de Colaboración en CatMan**

¿Cómo está evolucionando la colaboración entre fabricantes y distribuidores en Category Management? ¿Qué barreras siguen limitando su desarrollo y qué palancas están acelerando la transformación? ¿Está el sector preparado para incorporar herramientas como la IA a sus procesos de GpC? Presentaremos los resultados del 3er Sondeo AECOC, una radiografía del nivel de madurez de la disciplina y de los retos que marcarán su evolución.

Barbara Marroquín - Responsable de Category Management - AECOC

- **Innovar para hacer crecer la categoría: creando nuevas oportunidades de consumo**

Cuando una innovación disruptiva llega al mercado, las reglas del Category Management se ponen a prueba: ¿cómo se integra en la categoría? ¿Cómo se construye su espacio en el lineal? ¿Cómo se conecta con un nuevo shopper? Pascual compartirá el lanzamiento de Lateado, un caso de innovación que ha impulsado el desarrollo de la categoría atrayendo a un nuevo target y generando nuevas oportunidades de crecimiento.

Pascual

- **Category Management sin fronteras: la visión omnicanal de la categoría**

El shopper de hoy no distingue entre canales: compra en tienda física, en app, en web y espera la misma experiencia de categoría en todos ellos. supermercados masymas (Hijos de Luis Rodríguez) compartirá cómo están integrando la visión omnicanal en su modelo de gestión por categorías, con los retos operativos y las oportunidades de colaboración con fabricantes que esto genera.

Guillermo Bartolomé - Responsable de Retail Media - SUPERMERCADOS MASYMAS (Hijos de Luis Rodríguez)

Susana López - Key Account Manager Regional - UNILEVER

12:00h Pausa café

- **Retail Media y Category Management: una nueva palanca para impulsar el crecimiento**

El Retail Media ha pasado de ser una herramienta promocional a convertirse en una palanca de crecimiento dentro del modelo de colaboración fabricante-distribuidor. Eroski compartirá de la mano de Mahou San Miguel cómo están integrando el Retail Media en su proceso de gestión por categorías: qué datos aporta, cómo condiciona las decisiones de surtido y planogramación, y qué oportunidades abre para los fabricantes que quieran crecer en la categoría.

Itxaso Cuesta - Directora Proyectos Marketing - EROSKI

Susana Larriba - Retail Media Manager - MAHOU SAN MIGUEL

- **CARREFOUR GROWTH: una visión compartida para crecer**

En Category Management, partir de una visión compartida entre fabricante y distribuidor es clave para construir proyectos alineados y relevantes para la categoría. Veremos el caso de Carrefour y cómo, a través de su herramienta Growth, facilita una visión común de la categoría sobre la que fabricantes y distribuidores pueden alinear el diagnóstico, identificar oportunidades y construir conjuntamente.

Salvador Subirats - Head of Sales - CARREFOUR LINKS

14:00h Cocktail Networking

15:00h Fin de la Jornada

Product Manager AECOC



Bárbara Marroquín
Resp. Category Mgmt.

Precio

- **No socio 330€**
IVA general (21%) / asistente
- **Socio 275€**
IVA general (21%) / asistente