



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

INFORME ANUAL

Curso 2023/24

UNA PUERTA ABIERTA

a la
colaboración



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

MEMORIA DE
ACTIVIDADES

Localización y contacto

Facultad de Economía y Empresa

Avda del Cristo s/n. 33006 Oviedo
(+34) 985 10 38 93 / 985 10 37 87
fac.econo@uniovi.es



AACSB
ACCREDITED

CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

COMPROMETIDOS CON EL PROGRESO Y LA CUALIFICACIÓN
DE LOS PROFESIONALES DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL



Facultad de Economía y Empresa
Avenida de El Cristo s/n 33006 OVIEDO (Asturias)



catedrafarecesdc@uniovi.es



www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es



985 10 28 47 / 628 307 764



Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial



@catedrafareces



@catedrafareces



Catedra FRA de Distribución Comercial



Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial



@catedrafareces



Una visión global



¿QUIÉNES SOMOS

Acuerdo de **colaboración** entre
Universidad de Oviedo y **Fundación Ramón Areces**
Promover la **excelencia** en el sector retail



Más información



Formación de postgrado

¿QUÉ HACEMOS?



Promoción de la investigación

¿DÓNDE ESTAMOS?



Facultad de Economía y Empresa
Universidad de Oviedo
Avda. del Cristo, s/n 33071 Oviedo Asturias

Transferencia de conocimiento y divulgación



Nuestra meta

Promover la excelencia del sector retail



Tabla de Contenidos

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

- 05 Sobre este informe
- 06 La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial: Un proyecto en equipo
- 15 Actividades de transferencia 2023-2024
- 58 Actividades de formación 2023-2024
- 76 Actividades de investigación 2023-2024
- 90 Otras actividades y colaboraciones



Sobre este informe

Este informe ofrece información detallada sobre la actividad llevada a cabo por la **Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial** (Cátedra FRA de DC) a lo largo del curso 2023-2024.

La estructura del informe se organizará en torno a los tres ámbitos que constituyen la labor fundamental de la Cátedra FRA de DC (**transferencia de conocimiento, formación e investigación**), dedicándose una sección específica a cada uno de ellos.

Durante este curso se ha producido dos hechos destacables.

En primer lugar, en mayo de 2024 se formalizó la **renovación del convenio de colaboración** que regula el funcionamiento de la Cátedra FRA de DC. Con la firma del nuevo convenio se prorroga por dos años más esta iniciativa de colaboración y se adecúa a los criterios recogidos en el reciente *Reglamento de Aulas y Cátedras Universitarias Institucionales, de Empresas y Culturales* de la Universidad de Oviedo (BOPA 21/02/2024).

En segundo lugar, la aportación ordinaria que realizará a partir de 2024 la Fundación Ramón Areces a la Cátedra FRA de DC ha experimentado un incremento sustancial, **pasando de 100.000 euros hasta 150.000 euros anuales**.

Este aumento del presupuesto ordinario, junto con el resto de aportaciones adicionales que realiza la Fundación Ramón Areces (financiación del proyecto "*Cuadro de Mando Open Retail*", ayudas de matrícula para el Máster de Formación Permanente en Retail, pago a ponentes extranjeros), ha permitido el planteamiento de **dos nuevos proyectos** que ya han sido aprobados por la Comisión Mixta de Seguimiento de la Cátedra FRA de DC y que se comenzarán a desarrollar en el curso 2024-2025:

- **"#Conocimiento Retail"**. Servicio de información sobre el comercio, que pasa a englobar la iniciativa de "*Cuadro de Mando Open Retail*" y sus posibles ampliaciones más otros servicios de monitorización del sector.
- **"Neuro Science Retail Lab Cátedra FRA"**. Laboratorio de investigación en comportamiento del consumidor basado en herramientas de neurociencia y realidad virtual/aumentada.

La Cátedra FRA de DC: Un proyecto en equipo

La Cátedra FRA de DC es el resultado del compromiso de un equipo de profesores/as procedentes de las Áreas de Comercialización e Investigación de Mercados y de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo. Su esfuerzo y dedicación se ha visto reflejado en todas y cada una de las múltiples acciones plasmadas en este informe.

M^a José Sanzo Pérez
Directora



La Cátedra FRA: Un proyecto en equipo



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	Quiénes somos	07
2	Misión, visión y valores	08
3	Ámbitos de actuación	09
4	Grupos de interés	10
5	Consejo de Dirección	11
6	Comisión Mixta	12
7	Equipo de colaboradores	13

Quiénes somos

La **Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial** (www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es) es el resultado de un convenio de colaboración, firmado por primera vez en julio de 2008, entre la Universidad de Oviedo (España) y la Fundación Ramón Areces. El convenio acaba de ser renovado de nuevo en mayo de 2024, siendo prorrogado por otros dos años.

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial tiene por objeto *“el análisis, la investigación, la docencia y la formación de jóvenes profesionales en lo relativo a estas áreas de la realidad, problemática y perspectivas de la Distribución Comercial, desde todos los puntos de vista que se estimen relevantes por ambas partes”*. Su programa se inscribe en el seno de la Universidad de Oviedo y está coordinado por profesores de las áreas de Comercialización e Investigación de Mercados y de Derecho Civil de dicha Universidad.



Universidad de Oviedo

La **Universidad de Oviedo** (www.uniovi.es) es una institución de derecho público, con personalidad y capacidad jurídica plenas y patrimonio propio, que asume y desarrolla sus funciones como servicio público de la educación superior y la investigación científica y técnica en régimen de autonomía, de acuerdo con lo establecido en el artículo 27.10 de la Constitución.

La **Fundación Ramón Areces** (www.fundacionareces.es) tiene entre sus objetivos consolidar una sólida estructura investigadora en España, favoreciendo la investigación científica y técnica de calidad y generando nuevas oportunidades para los jóvenes investigadores, promoviendo el desarrollo del talento creador y la adquisición de experiencia en todos los ámbitos del conocimiento científico y técnico.



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Ambas instituciones han reconocido la especial relevancia estratégica que tiene el sector de la distribución comercial, comercio o *retail* y que la colaboración entre ellas es la mejor garantía de una fluida y recíproca intercomunicación entre las labores académicas e investigadoras y la proyección empresarial, social y económica.

Misión, visión y valores

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



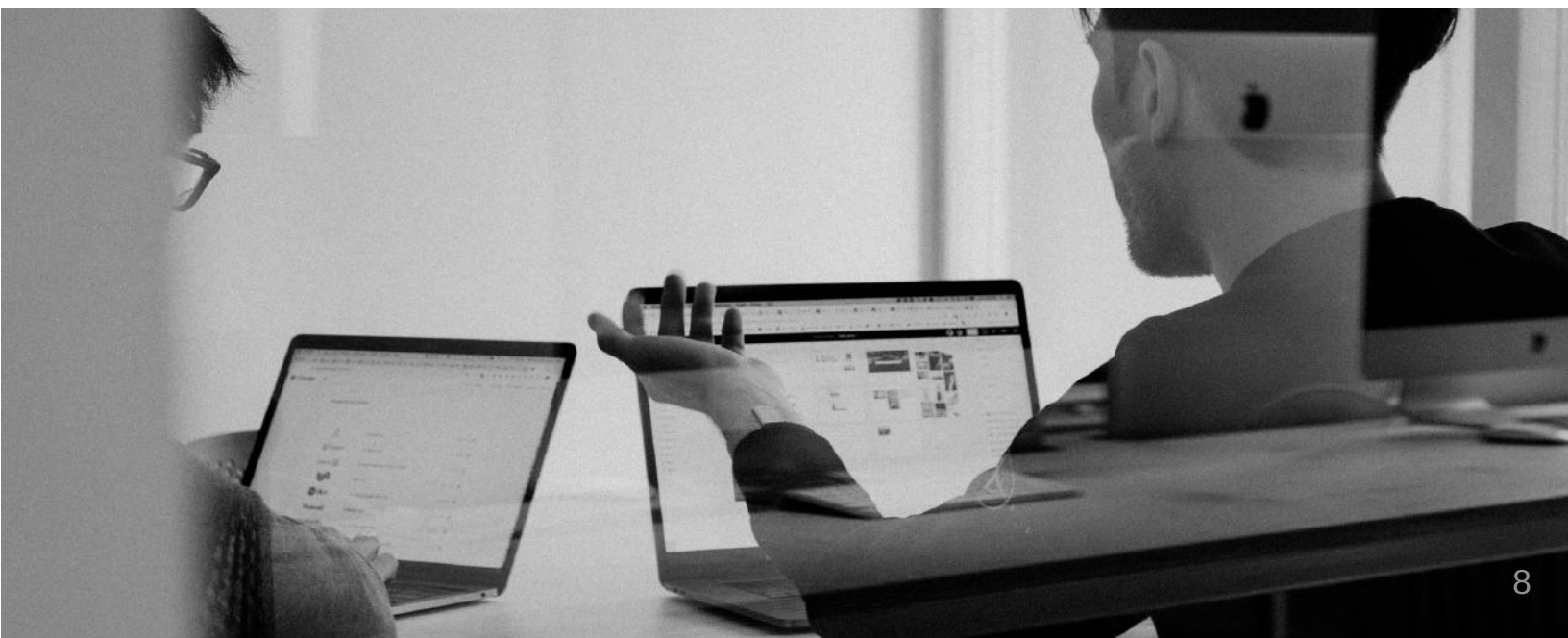
Nuestra misión | Promover la excelencia 360° dentro del sector retail



Nuestra visión | Convertirse en un referente y un foro de colaboración para todas las personas y organizaciones, públicas y privadas, interesadas en el sector retail



Nuestros valores | Compromiso, excelencia, colaboración y trabajo en equipo y responsabilidad con la sociedad



Ámbitos de actuación

Los **ámbitos de actuación prioritarios** de la Cátedra FRA de DC son los siguientes:

1. Intercambio de información y conocimientos en el ámbito propio de su especialización.
2. Promoción de actividades investigadoras relacionadas con las áreas para las que se aprueba, desarrollando conjuntamente actividades de estudio e investigación de proyectos específicos mediante acuerdos concretos.
3. Desarrollo de programas conjuntos, tanto de formación (procurando incorporar el conocimiento relativo a la distribución comercial en las tareas docentes) como de investigación.
4. Organización de foros de encuentro, informes, seminarios, ciclos de conferencias, mesas redondas, proyectos de consultoría, que permitan el intercambio de conocimiento, experiencias e inquietudes.
5. Concesión de ayudas para llevar a cabo estudios e investigaciones que permitan, en su caso, la elaboración de tesis doctorales.
6. Promoción de Cursos de Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial y Máster en Retail, respectivamente, como títulos propios de la Universidad de Oviedo.

Grupos de interés

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Consejo de Dirección

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Directores de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Dña. María José SANZO PÉREZ (Directora)
Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo

D. Eduardo ESTRADA ALONSO (Subdirector)
Profesor Titular de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo
Representante designado por la Universidad de Oviedo

Representante designado por la Fundación Ramón Areces

D. Miguel JEREZ MÉNDEZ
Catedrático de Análisis Económico y Economía Cuantitativa de la Universidad Complutense de Madrid



Comisión Mixta de Seguimiento

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Rector de la Universidad de Oviedo
D. Ignacio VILLAYERDE MENÉNDEZ

Presidenta del Patronato de la Fundación Ramón Areces
D^a. Marta ÁLVAREZ GUIL

Director de la Fundación Ramón Areces
D. Raimundo PÉREZ-HERNÁNDEZ Y TORRA

**Directores de la Cátedra Fundación Ramón Areces de
Distribución Comercial**

Dña. María JOSÉ SANZO PÉREZ (Directora)
Catedrática Comercialización e Investigación de Mercados.
Universidad de Oviedo

D. Eduardo ESTRADA ALONSO (Co-director)
Profesor Titular de Derecho Civil. Universidad de Oviedo

**Representantes de la Universidad de Oviedo Designados por el
Rector**

D. Luis Ignacio ÁLVAREZ GONZÁLEZ
Catedrático Comercialización e Investigación de Mercados.
Universidad de Oviedo

D. Eduardo GONZÁLEZ FIDALGO
Catedrático Organización de Empresas. Universidad de Oviedo

Representantes Designados por la Fundación Ramón Areces

D. Jaime TERCEIRO LOMBA
Presidente del Consejo Ciencias Sociales de la Fundación Ramón
Areces

D. Miguel JÉREZ MÉNDEZ
Catedrático de Economía Cuantitativa. Universidad Complutense de
Madrid

FUNCIONES

Aprobar el plan
anual de
actividades de
la Cátedra

Aprobar el
presupuesto
anual y la
liquidación de
cuentas

Aprobar la
"Memoria
Anual de
Actividades"
de la Cátedra

Supervisar la
actividad de la
Cátedra

Aprobar las
inversiones
extraordinarias
que sean
necesarias para
llevar a cabo las
actividades de la
Cátedra

Resolver
discrepancias
sobre el
desarrollo del
convenio

Equipo de colaboradores

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Dña. María José SANZO PÉREZ (Directora)

Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Eduardo ESTRADA ALONSO (Subdirector)

Profesor Titular de Derecho Civil. Universidad de Oviedo

D. Juan Antonio TRESPALACIOS GUTIÉRREZ

Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Víctor IGLESIAS ARGÜELLES

Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. María Leticia SANTOS VIJANDE

Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Luis Ignacio ÁLVAREZ GONZÁLEZ

Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Begoña ÁLVAREZ ÁLVAREZ

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Francisco Javier DE LA BALLINA BALLINA

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Silvia CACHERO MARTÍNEZ

Profesora de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Adrián CASTRO LÓPEZ

Profesor Asociado de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Ignacio FERNÁNDEZ CHACÓN

Profesor Ayudante Doctor de Derecho Civil. Universidad de Oviedo

Dña. María Eugenia FERNÁNDEZ MOYA

Profesora Ayudante Doctora de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Equipo de colaboradores

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Dña. Clara GAGO SIMARRO

Profesora Ayudante Doctor de Derecho Civil. Universidad de Oviedo

Dña. Nuria GARCÍA RODRIGUEZ

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Fernando GONZÁLEZ ASTORGA

Profesor de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Santiago GONZÁLEZ HERNANDO

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Celina GONZÁLEZ MIERES

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Primitiva PASCUAL FERNÁNDEZ

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Ana Belén DEL RÍO LANZA

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Leticia SUÁREZ ÁLVAREZ

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

Dña. Ana SUÁREZ VÁZQUEZ

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

D. Eduardo A. DEL VALLE TUERO

Profesor Ayudante Doctor de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo.

Dña. Nuria VIEJO FERNÁNDEZ

Profesora Ayudante Doctor de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Oviedo

SECRETARIA: Laura Sofía BENTO DA SILVA

Actividades de transferencia 23-24



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	Jornadas y conferencias	17
2	Página web y redes sociales	45
3	Colecciones	52
	▪ <i>Documentos de trabajo DOCFRADIS</i>	52
	▪ <i>Libro Reunión Científica 2023</i>	54
	▪ <i>Retail Insights</i>	57

Actividades de transferencia 23-24



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Conferencia plenaria XXXIV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2023

The New Chameleons: How to Connect with Consumers Who Defy Categorization




8 de septiembre de 2023





ESIC University, Pozuelo de Alarcón, Madrid



Profesor Michael Solomon, Haub School of Business, Saint Joseph's University, Philadelphia



Michael Solomon · 2°
Expert on Consumer Behavior: Why do they buy?
Filadelfia y alrededores · [Información de contacto](#)

 Saint Joseph's University - Erivan K. Haub School of...
 University of North Carolina at Chapel Hill

AEMARK



XXXIV CONGRESO
INTERNACIONAL DE MARKETING
MADRID 2023

6th to the 8th of September

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Las estrategias de marketing convencionales se basan en la previsibilidad, la estabilidad y la comodidad. Durante años, hemos podido colocar a los clientes en pequeñas y ordenadas "jaulas", agrupándolos según amplios rangos de edad o ingresos, o encasillándolos por género o según realicen sus compras online u offline.

Esa estrategia monolítica ya no funciona en un mundo donde los consumidores desafían la categorización y anhelan liberarse de etiquetas o "segmentos de mercado". Sus vidas son un trabajo en progreso y siempre en fase beta. Y esa revolución requiere que los especialistas en marketing revisen las "jaulas" que han utilizado durante muchos años.



"Los consumidores de hoy sencillamente desafían la categorización"

La apertura de estas jaulas supone cambios trascendentales en el marketing. Las marcas deben cambiar de mentalidad y reconocer, por ejemplo, que hoy día el género es fluido, la edad percibida eclipsa la edad real y que la división entre vendedores y compradores está desapareciendo.

La conferencia del profesor Salomon reflexiona sobre estas ideas y destaca que el mayor desafío al que se enfrentan los especialistas en marketing hoy en día es cómo conseguir la involucración de sus clientes por medio del desarrollo de un enfoque personalizado.



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto "Turismo y Comercio"

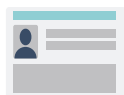
En colaboración con la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias y la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos" de la Universidad de Oviedo



27 de septiembre de 2023



Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales
"Jovellanos", Gijón



Ponente:

Dña. Carmen Moreno Llanea. Gerente Unión de Comerciantes del Principado de Asturias. "Alimentos del Paraíso"

Mesa redonda: "Adaptación del comercio al nuevo turismo"

D. Luis Bobes Cuesta (Propietario Sombrerería Albiñana)

D. Gabriel Muñoz García (Director El Corte Inglés Oviedo)

Dña. Sandra Isabel Novo Canto (Fundadora y Directora de Market Sostenibles)

Dña. Alicia Palacios Sánchez (Gerencia Puebloastur Eco Resort Hotel & Wellness)

Número de personas inscritas

95



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

27 SEPTIEMBRE
AULA 013 - FACULTAD DE COMERCIO,
TURISMO Y CIENCIAS SOCIALES
"JOVELLANOS"

Turismo y Comercio

11:00h Inauguración
D. Pedro Alonso Velázquez. Vicerrector Políticas de Profesorado de la Universidad de Oviedo
D. Levi Pérez Carcedo. Decano Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos"
D.ª María José Sanzo Pérez. Directora Cátedra FRA de Distribución Comercial
D.ª Olaya Gómez Romano. Directora General de Emigración y Políticas de Retorno
D.ª Ángela Pumariega Menéndez. Concejalía Delegada de Economía, Empleo, Turismo e Innovación del Ayuntamiento de Gijón

11:15h D.ª Alba Rodríguez Díaz
El papel de la Oficina de Congresos de Avilés: Estrategias de Marketing para impulsar el Turismo de Reuniones en la Comarca de Avilés

11:30h D.ª Carolina Díaz Fernández
El Turismo Gastronómico y su Manifestación en Asturias: una Experiencia Sidratística

11:45h PONENCIA. D.ª Carmen Moreno Llana
Gerente Unión de Comerciantes del Principado de Asturias
Alimentos del Paraíso

12:30h Pausa Café

12:45h MESA REDONDA. Adaptación del Comercio al Nuevo Turismo
MODERADORA. D.ª Sara Menéndez García. Presidenta Unión de Comerciantes del Principado de Asturias
D. Luis Bobes Cuesta. Propietario Sombrerería Albiñana
D. Gabriel Muñoz García. Director Corte Inglés Oviedo
D.ª Sandra Isabel Novo Canto. Fundadora y Directora de Market Sostenibles
D.ª Alicia Palacios Sánchez. Gerencia Puebloastur Eco Resort Hotel & Wellness

Dirección y Coordinación
M.ª José Sanzo Pérez
Eduardo Estrada Alonso
Levi Pérez Carcedo
Begoña Álvarez Álvarez
Eduardo Antonio del Valle Tintero
Carmen Moreno Llana

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

unión de
comerciantes
Principado de Asturias

Dña. Carmen Moreno Llana
Gerente Unión de Comerciantes del
Principado de Asturias



"Nadie viene a Asturias a comprar, pero nadie se marcha sin hacer una compra"

Carmen Moreno puso de manifiesto la necesidad de considerar de forma conjunta el binomio turismo-comercio y en su ponencia describió el proyecto "Alimentos del Paraíso Natural", una marca que abre la posibilidad de utilizar nuevos canales de distribución a pequeños productores del sector agroalimentario y pesquero que venden sus productos a restaurantes.

El objetivo que se persigue es que el turista, durante su estancia, viva unas experiencias ligadas a la gastronomía que vuelva a revivir cuando regrese a su lugar de origen. El mensaje que se transmite es *"alimentación sana, sostenible, producción cercana, Km0 y que contribuye al desarrollo económico y del empleo asturiano sobre todo en las zonas rurales"*.

Mesa redonda "Adaptación del comercio al nuevo turismo"

Existe un turista que no sólo visita el destino, también compra en el comercio y permite mantener la vida en las ciudades y el empleo. Hay distintos tipos de turismo, pero todos ellos demandan calidad en el trato, amabilidad y cercanía. El comercio debe estar presente en las estrategias turísticas.

El turismo permite apoyar no solo al comercio, también a toda la cadena, al productor agroalimentario, a la gastronomía, a la cultura y todo ello hay que hacerlo accesible al turista. Apostar por guías de productores y productos sostenibles, de km0, de restaurantes, fomentar la cultura gastronómica local, son ejes estratégicos sobre los que trabajar.

No obstante, es preciso definir qué tipo de turismo conviene y decidir por el que una región o localidad debe apostar. El turismo aporta gente, afluencia y eso supone oportunidades de negocio. Pero hay que prepararse: cómo recibo al cliente, qué le ofrezco, el idioma. El análisis de datos y la formación son clave. También olvidarse de los localismos, el turismo no lo comprende.

"El comercio y el turismo de la mano construyen ciudad"

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"ODS 12 en acción: Sostenibilidad y economía circular para un futuro responsable"

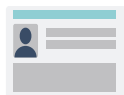
En colaboración con el Observatorio de Producción Local y Consumo Sostenible de la Universidad de León y el Plan Nacional de I+D+ iPID2019-109580RB-I00/AEI/10.13039/501100011033



14 de noviembre de 2023



Formato online a través de la plataforma Meet



Ponentes:

Dña. Núria Nubiola Orriols

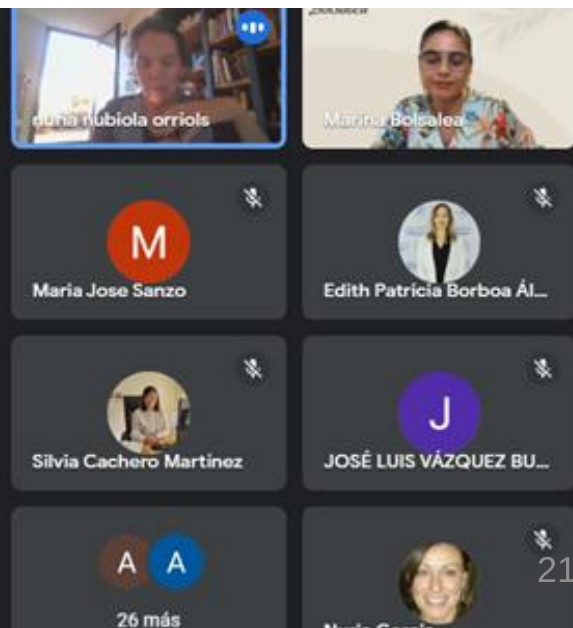
CEO de Infinit Denim y Presidenta de la Asociación Back to Eco

Dña. Marina Moya González

CEO en BOLSALEA



Colaboración con empresa dedicada a los talleres
Para montar talleres en nuestra tienda-taller



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

RETAIL ABIERTO
2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

ODS 12 EN ACCIÓN: *Sostenibilidad y Economía Circular para un Futuro Responsable*

14 noviembre
Online
Inscripciones abiertas

16:30 PRESENTACIÓN
José Luis Vázquez
Observatorio de Producción Local y Consumo Sostenible
María José Sanzo
Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

16:45
Núria Nubiola Orriols
CEO INFINIT DENIM y Presidenta de la Asociación Back To Eco
SALIRSE DEL CÍRCULO PARA AVANZAR HACIA LA SOSTENIBILIDAD

17:30
Marina Moya González
CEO en BOLSALEA
INNOVACIÓN SOCIAL EMPRESARIAL: CREANDO IMPACTO POSITIVO

Organizado por: Observatorio de Producción Local y Consumo Sostenible
En colaboración con: CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Plan Nacional de I+D+I PID2019-109580RB-100/AEI/10.13039/501100011033

Dña. Núria Nubiola Orriols
CEO de Infinit Denim y Presidenta de la Asociación Back to Eco



"Salirse del círculo para avanzar hacia la sostenibilidad"

A lo largo de esta primera intervención se presentan dos proyectos: Back-to-Eco e Infinit Denim.

Back-to-Eco es una organización sin ánimo de lucro creada en 2017 que tiene como objetivo ayudar a aumentar el ciclo de vida del textil, la reutilización y el reciclaje. En el taller se realizan actividades como: (1) Reparación: se reparan tejanos por un precio asequible, (2) Reconversión de jeans en accesorios y (3) Recogida de jeans y procesamiento de tejanos en desuso.

La marca de moda Infinit Denim se crea en 2019 como evolución de Back-to-Eco. Ambas iniciativas buscan encontrar nuevas vías para acercar la sostenibilidad a personas y empresas a través de la colaboración, nuevas formas de diseño, nuevos materiales o nuevas formas de vender y relacionarse con el cliente. A pesar de tener una dimensión aún reducida, esto no les ha impedido trabajar con grandes marcas, como es el caso de Levi's®, con quien han firmado una alianza para dar una nueva vida a los vaqueros usados de la firma.

Dña. Marina Moya González
CEO en BOLSALEA

Bolsalea es una empresa especializada en embalaje ético y sostenible dirigido a empresas. Utiliza materia prima nacional, como papel compostable, algodón orgánico, yute y cáñamo, y realiza la producción de manera ética en Alicante. Parte de sus productos se elaboran artesanalmente por personas de colectivos en riesgo de exclusión social o con discapacidad intelectual. Para reconocer el impacto positivo de las empresas que compran en Bolsalea, la compañía envía un "diploma de impacto positivo".

Bolsalea fabrica muchos de sus productos bajo pedido para evitar residuos de productos no vendidos y ofrece a los pequeños comerciantes la opción de realizar pedidos pequeños. La empresa también ha implementado medidas como la atención en lengua de signos, siendo pionera en ofrecer este servicio en línea en España. Otras medidas suponen que sus redes sociales y página web sean accesibles para personas ciegas, daltónicas o con autismo.

En resumen, la conferencia de Marina Moya destaca la importancia de la sostenibilidad en los negocios, desde la elección de materiales hasta la atención a la diversidad y la promoción de prácticas éticas en el marketing.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"La Sostenibilidad desde la Gestión del Capital Humano. El Caso Práctico de las Empresas de Gran Consumo"

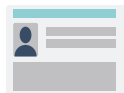
En colaboración con la Asociación Española de Directivos de Sostenibilidad (DIRSE)



15 de noviembre de 2023



Facultad de Economía y Empresa, Oviedo + Online a través de la plataforma Teams (para comunidad DIRSE)



Ponentes:

Dña. Susana Posada Gómez
Vicepresidenta de DIRSE

Dña. Ane Epalza Zuloaga
Associate Director Área Norte, Public Affairs, Communications & Sustainability de Coca-Cola Europacific Partners Iberia, S.A.

Número de personas inscritas

133



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



RETAIL ABIERTO
2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

La sostenibilidad desde la gestión del capital humano
El caso práctico de las empresas de gran consumo

15 NOVIEMBRE
FACULTAD ECONOMÍA Y EMPRESA
AV. DEL CRISTO, S/N, OVIEDO
AULA MAGNA

12:15 INAUGURACIÓN
CARMEN BENAVIDES GONZÁLEZ
Decana de la Facultad de Economía y Empresa
M^{ra} JOSÉ SANZO PÉREZ y EDUARDO ESTRADA ALONSO
Dirección Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Objetivo
Realizar un recorrido por las prácticas en materia de sostenibilidad en recursos humanos de las empresas españolas, presentando, a continuación, el caso de un referente mundial del gran consumo

12:30
Cómo impulsar la sostenibilidad a través de la gestión de personas
D^a. Susana Posada Gómez
Vicepresidenta de DIRSE
Presenta: D. Luis Ignacio Álvarez González (Universidad de Oviedo)

13:15
Todo el mundo es bienvenido.
El camino hacia la inclusión y diversidad en Coca-Cola Europacific Partners
D^a. Ane Epalza Zuloaga
Associate Director Área Norte, Public Affairs, Communications & Sustainability Coca-Cola Europacific Partners Iberia, S.A.
Presenta: D^a. Guillermina Bastida Domínguez (Delegada en Asturias y Cantabria de DIRSE)

¡Inscríbete!

Comunidad DIRSE
opción online

+ info
catedra@areces@uniovi.es

Dña. Susana Posada Gómez
Vicepresidenta de DIRSE

La ponente inicia su intervención contextualizando la evolución del concepto de sostenibilidad como enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los distintos grupos de interés, destacando el “tsunami regulatorio” que deberá afrontar este campo en el futuro próximo.

La ponente se adentró a continuación en lo que es, o debería ser, la gestión transversal de la sostenibilidad en las distintas áreas funcionales de la empresa. Sobre esta base, Susana Posada presentó DIRSE, una asociación profesional que trabaja por y para la formación permanente, la promoción y el reconocimiento de las personas que, desde ámbitos directivos o ejecutivos, desarrollan la función específica de sostenibilidad.

La última parte de la ponencia estuvo dedicada a sintetizar los resultados de la segunda edición del estudio “La Relevancia de los Aspectos ESG en el Área de RR.HH.”, elaborado por DIRSE. Entre otras cuestiones, destacó que las tres dimensiones de la sostenibilidad (ambiental, social y de gobierno corporativo) han crecido en importancia en el ámbito de la gestión respecto al año anterior. Por su parte, el aspecto de mayor relevancia en 2023 en el ámbito social sigue siendo el de “salud y seguridad”, si bien el que más se incrementa respecto a 2022 es “gestión y desarrollo del empleado con visión ASG”.

Dña. Ane Epalza Zuloaga
Associate Director Área Norte, Public Affairs, Communications & Sustainability de Coca-Cola Europacific Partners Iberia, S.A.

Ane Epalza Zuloaga comenzó con una presentación de su organización, Coca-Cola European Partners (CCEP) IBERIA y resaltando que, para crecer en el mercado, resulta fundamental “generar crecimiento sostenible para todos”, desde la premisa de que “detrás de una gran estrategia siempre hay un gran equipo”. En concreto, en materia de personal, la empresa pretende que: (1) el 45% de los puestos directivos estén ocupados por mujeres, (2) un tercio de la plantilla sean mujeres, (3) el 10% de la misma esté representada por personas con discapacidad y (4) se apoye el desarrollo de capacidades de 500.000 personas que se enfrentan a obstáculos en el mercado laboral.

Para alcanzar estas metas tuvimos la oportunidad de conocer el programa “Inclusión, Diversidad y Equidad” de CCEP IBERIA, fundamentado en 5 ejes: (1) la multiculturalidad, (2) el enfoque de género, (3) la inclusión de la discapacidad, (4) la apuesta por el colectivo LGBTQ+ y (5) la reducción de la brecha generacional.

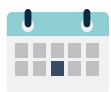
Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"¿Cómo pueden interactuar el personal del punto de venta y la tecnología en el Retail actual?"

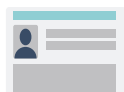
En colaboración con la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Cantabria, la Asociación Española del Retail (AER) y la Consejería de Industria, Empleo, Innovación y Comercio del Gobierno de Cantabria



23 de noviembre de 2023



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria, Santander



Ponentes:

D. Alfonso Sebastián

Cofundador y Vicepresidente de la Asociación Española del Retail y del Círculo Iberoamericano del Retail / Fundador y Presidente de Mi Libro Naranja

Dña. Mónica San José Roca

International Sales Leader and Fashion Industry Strategist / Omnichannel Distribution Expert



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

RETAIL ABIERTO 2023-24 CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

23
noviembre
16h-18:30h

¿Cómo pueden interactuar el personal del punto de venta y la tecnología en el Retail actual?

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA
SALA GUILLERMO GÓMEZ LAA

16:00 INAUGURACIÓN
JESÚS COLLADO AGUDO DECANO FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
M^{te}. JOSÉ SANZO PÉREZ DIRECTORA CÁTEDRA FRA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
ROSENDO RUIZ PÉREZ DIRECTOR GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO GOBIERNO DE CANTABRIA

16:15
Alfonso Sebastián
COFUNDADOR Y VICEPRESIDENTE DE ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DEL RETAIL Y DE CÍRCULO IBEROAMERICANO DEL RETAIL / FUNDADOR Y PRESIDENTE DE MI LIBRO NARANJA

17:00
Mónica San José
INTERNATIONAL SALES LEADER AND FASHION INDUSTRY STRATEGIST / OMNICHANNEL DISTRIBUTION EXPERT

MESA REDONDA 17:45
CON MÓNICA SAN JOSÉ Y ALFONSO SEBASTIÁN MODERA JESÚS COLLADO

Inscripciones abiertas

frA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES UC Universidad de Cantabria AER Asociación Española del Retail GOBIERNO DE CANTABRIA CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, EMPLEO, INNOVACIÓN Y COMERCIO

D. Alfonso Sebastián
Cofundador y Vicepresidente de la Asociación Española del Retail y del Círculo Iberoamericano del Retail / Fundador y Presidente de Mi Libro Naranja
"Retail con futuro"



La ponencia se centra primero en el factor humano como elemento diferencial en el retail actual, utilizando como ejemplo las acciones que desarrollan las empresas del sector minorista de alimentación en este contexto.

A continuación, se detallan varios ejemplos de la aplicación de la tecnología en el ámbito del retail de alimentación para mejorar la gestión de los productos en el punto de venta, su interacción con los consumidores o la señalización en el punto de venta.

La parte final de la intervención pasa a abordar estos temas en otro sector que tendrá un peso significativo en el futuro, como es el sector de las mascotas.

Dña. Mónica San José Roca
International Sales Leader and Fashion Industry Strategist / Omnichannel Distribution Expert
"Omnichannel experience: Bridging the physical and the digital world"

Se efectúa una aproximación al concepto de omnicanalidad, abordando diferentes aspectos:

- Evolución
- Comportamiento omnicanal
- Beneficios de la estrategia omnicanal para las empresas y para los consumidores
- Algunas cifras relevantes

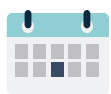
Posteriormente se evalúa la integración de la IA en la estrategia omnicanal, destacando sus funcionalidades y poniendo ejemplos reales de varias aplicaciones de IA en el sector de la moda. La ponencia continua con una aproximación a la compra inmersiva, destacando especialmente el papel de la realidad virtual, la realidad aumentada y el metaverso. Finalmente la conferenciante explora el concepto de los NFTs (Non-fungible tokens) y su aplicación al mundo de la moda, con varios ejemplos de interés.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Talleres sobre la importancia del desarrollo de la marca en el proceso de emprendimiento

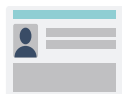
En colaboración con la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, TalentUO y Oviedo Emprende



7, 14 y 21 de noviembre de 2023



Garaje Espacio Incubadora de Proyectos Empresariales de la Facultad de Economía y Empresa, Oviedo



D. Héctor Jareño

Fundador y director artístico de Reliquiae España, SL., Responsable de Marroquinería Femenina de Pertegaz, Patrono de la Fundación Academia de la Moda de España



7, 14 y 21 DE NOVIEMBRE,
DE 12.30 A 14.00 HORAS
ESPACIO GARAJE

Talleres sobre la importancia del desarrollo de la marca en el proceso de emprendimiento

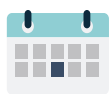
Hector Jareño

Fundador y director artístico de Reliquiae España, SL.,
Responsable de Marroquinería Femenina de Pertegaz,
Patrono de la Fundación Academia de la Moda de España.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

V Jornada Anual de Cátedras Institucionales y de Empresa de la Universidad de Oviedo



5 de diciembre de 2023



Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo



Mesa redonda

“Cátedras Institucionales y de Empresa: retos y oportunidades de la colaboración entre sectores público y privado”

D. José Manuel Rico Ordás

Cátedra Cambio Climático de la Universidad de Oviedo

D. Rafael González Ayestarán

Cátedra THIN5G

D. Rubén González Rodríguez

Cátedra Milla del Conocimiento: Gijón Azul

Dña. María Jesús Lamela Rey

Cátedra Ikerlan de Investigación y Desarrollo

Dña. María José Sanzo Pérez

Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Moderador: **D. Jorge García García**

Director del Área de Transferencia y Relaciones con la Empresa



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Internacionalización y digitalización del pequeño comercio"

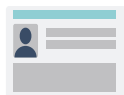
En colaboración con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y el grupo de investigación MKTING Teaching Innovation Group de la Universidad de León



19 de diciembre de 2023



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, León



Ponente:

Dña. María Vázquez Casares
Head of SEO. Wildilo by AFILIZA

Mesa redonda: "El pequeño comercio en un mundo digital"

D. Julio Saurina Rodríguez
Responsable de Comunicación, Cámara de Comercio de León

D. Pedro Cuesta Valiño
Director Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de Alcalá

D. Diego Martínez Martínez
CEO FootDistrict

Número de personas inscritas

87



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

RETAIL ABIERTO
2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Dña. María Vázquez Casares
Head of SEO. Wildilo by AFILIZA

"SEO: El arte de hacer visible lo invisible en el mundo digital"

El objetivo primordial de la conferencia fue animar a los comerciantes locales a adoptar una adecuada estrategia de Search Engine Optimization (SEO).

La presentación les proporcionó los fundamentos de una herramienta que posibilita competir en un mercado globalizado, alentando a los participantes a adoptar estrategias digitales efectivas y a optimizar su presencia digital, de cara a aumentar su visibilidad, atraer a una audiencia e, incluso, abrir la posibilidad de mercados internacionales.

Concretamente, se explicó qué es SEO y por qué es fundamental para cualquier negocio que desee tener presencia en el mundo digital. Se presentaron los componentes esenciales del SEO, incluyendo la investigación de palabras clave, la optimización on-page y off-page, y la importancia del contenido de calidad.

Además, se mostraron ejemplos prácticos para SEO local que pueden mejorar la presencia digital y atraer a más clientes, tanto a nivel local como internacional.

**JORNADA UNIVERSIDAD-EMPRESA
INTERNACIONALIZACIÓN
Y DIGITALIZACIÓN DEL
PEQUEÑO COMERCIO**

OBJETIVO Animar al cambio en la forma en que los **negocios locales** se desenvuelven en el **mundo digital global** como forma de abrirse al exterior.

PRESENTACIÓN JORNADA
16:15
D. José Ángel Miguel Dávila
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León
D^a. María José Sanzo Pérez
Directora de la Cátedra FRA de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo

PONENCIA
16:30
"SEO: El arte de hacer visible lo invisible en el mundo digital"
D^a. María Vázquez Casares - Head of SEO, Wildilo by AFILIZA
Presenta D. Pablo Gutiérrez Rodríguez
Universidad de León

MESA REDONDA "El pequeño comercio en un mundo global"
17:15
Modera D. José Luis Vázquez Burguete
Universidad de León
D. Julio Saurina Rodríguez
Responsable de Comunicación en Cámara Comercio León
D. Pedro Cuesta Valiño
Director de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de Alcalá
D. Diego Martínez Martínez
CEO FootDistrict

19 diciembre
**Facultad CC Económicas
y Empresariales**
Universidad de León

Aula 1

Logos: FRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES, MKTING Teaching Innovation Group, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Mesa redonda: "El pequeño comercio en un mundo digital"

A través de las diferentes aportaciones de los participantes en esta mesa redonda se enfatizó la importancia de adoptar estrategias digitales efectivas como un elemento crucial para el éxito en el mercado globalizado. Se enumeraron las herramientas necesarias para desarrollar una estrategia de contenido robusta y efectiva.

En el caso concreto de las pequeñas empresas interesadas en expandirse a mercados internacionales, se proporcionó una visión general de cómo adaptar las estrategias para atraer audiencias globales, la importancia de traducir y localizar contenido para diferentes mercados internacionales o entender la sostenibilidad como valor que aportan las empresas.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

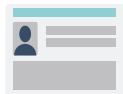
"Crea tu propia huella digital. Estrategias de marca personal para destacar"



14 de febrero de 2024



Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, Oviedo



Ponente:

Dña. Fátima Martínez López

Emprendedora, speaker y mentora / Docente Marketing Digital Google

Conferencia + Taller práctico



Número de personas inscritas

98

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Dña. Fátima Martínez López
Emprendedora, speaker y mentora /
Docente Marketing Digital Google

"Estrategias de marca personal para destacar"

La ponente comenzó la conferencia afirmando que hoy en día las marcas se han convertido en personas y las personas en marcas, para pasar luego a hablar de la identidad propia (incluida la identidad digital), y diferenciar marca personal (la percepción que tienen otros de mí) y reputación (el resultado de las acciones de una persona a largo plazo, la percepción que los demás tienen de su credibilidad, competencia e integridad).

A continuación, destacó los beneficios de trabajar en el desarrollo de una buena marca personal, para lo que resulta fundamental contar con una estrategia de personal branding. La conferenciante compartió con los asistentes un plan para trabajar en la marca personal:

- Realizar un análisis interno personal (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) y un análisis externo (conocer cómo perciben los demás a esa persona), así como un análisis de la competencia.
- Fijar los objetivos a cumplir con la marca personal.
- Planear la estrategia.
- Análisis de KPI, con el objetivo de evaluar la estrategia de marca personal y decidir si cambiarla o mantenerla.

En resumen, resulta fundamental cuidar la identidad online y offline, teniendo cuenta que la coherencia comunicativa de la imagen será la mejor carta de presentación. Para ello, los canales digitales son hoy en día un gran escaparate de cara a mostrar quién es una persona y cuál es su especialidad. No obstante, nada es gratuito; hay que dedicar tiempo y esfuerzo en la creación de la marca personal, y no olvidar que la formación debe ser continua.

DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN

Silvia Cachero Martínez - Cátedra Fundación Ramón Areces
M^º José Sanzo Pérez - Cátedra Fundación Ramón Areces



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

"Hoy en día las marcas se han convertido en personas y las personas en marcas"

Taller "Panorama de las redes sociales: cómo aplicar las nuevas tecnologías"

En el taller se hizo un repaso de las diferentes redes sociales, mostrando la evolución y tendencia de cada una de ellas. A continuación, y de una manera totalmente práctica, se ofrecieron a los asistentes *tips* para la creación de una marca personal en redes sociales, revisando personalmente los perfiles de los asistentes para sugerirles posibles mejoras.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Inteligencia artificial y humana más unidas que nunca en el Retail"



6 de marzo de 2024



Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, Oviedo



Ponente:

D. Miguel Camacho

Fundador y CEO de Atalaya Technologies, CTO de SMARTVEL y profesor asociado de la Universidad Complutense de Madrid

Conferencia + Taller práctico

Número de personas inscritas

265

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

RETAIL ABIERTO
2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Facultad de

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



D. Miguel Camacho
CEO de Atalaya Technologies, CTO de SMARTVEL y profesor asociado de la Universidad Complutense de Madrid

"Aprovechando Chat GPT para Marketing"

Durante su presentación, Miguel Camacho mencionó la existencia de tres tipos de IA en función del tipo de aprendizaje: aprendizaje supervisado, no supervisado y por refuerzo. Si bien la IA puede generar inquietud por la posible pérdida de empleos, también está generando nuevas oportunidades laborales, especialmente en el sector minorista. En este ámbito, la IA está revolucionando la forma en que las empresas operan, permitiéndoles optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente.

Uno de los campos en los que la IA está transformando el sector retail es el uso de sistemas de recomendación. Las empresas emplean algoritmos de IA para analizar el comportamiento y las preferencias de los clientes, ofreciéndoles recomendaciones más precisas.

Otra aplicación importante de la IA en este sector es la predicción de la demanda, lo que permite optimizar la gestión del inventario y garantizar una distribución eficiente de los productos en todas las tiendas.

La automatización de procesos a través de la IA también desempeña un papel crucial en el sector retail, así como la introducción de robots en las tiendas, los cuales asisten a los clientes en la búsqueda de productos y les proporcionan información sobre precios y disponibilidad.

El conferenciante también enfatiza el papel de la IA en el análisis de sentimientos. Mediante el análisis de los comentarios de los clientes, las publicaciones en redes sociales y otros datos, la IA puede determinar el sentimiento general asociado a una marca o producto.

Finalmente, Miguel Camacho concluye que, a pesar de sus numerosas ventajas, es importante tener en cuenta que los algoritmos de IA pueden tener sesgos y promover discursos de odio o comportamientos discriminatorios. Es necesario, por tanto, considerar la ética en el uso de la IA, evitando sesgos y la manipulación de información, así como garantizar la seguridad y la privacidad de los datos. Desde esta perspectiva, resulta imprescindible la supervisión humana de los datos generados con la IA, interpretando y contextualizando los resultados obtenidos, y adoptando un uso reflexivo y ético de esta tecnología.

RETAIL ABIERTO 2023-24 CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y HUMANA MÁS UNIDAS QUE NUNCA EN EL RETAIL

APROVECHANDO GPT PARA MARKETING

6 DE MARZO
12:30H - 14:00H
AULA MAGNA
FACULTAD ECONOMÍA Y EMPRESA

CON MIGUEL CAMACHO
ATALAYA TECHNOLOGIES - FOUNDER & CEO
SMARTVEL - CTO
PROFESOR ASOCIADO -
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

¡Inscripciones abiertas!

Y por la tarde...
TALLER "Aplicando GPT para Marketing"
De 16:30 a 20:00
Aula 3 de Informática de la Facultad de Economía y Empresa

PLAZAS LIMITADAS

DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN
M^{te} José Santos Pérez - Cátedra Fundación Ramón Areces
Ana Belén del Río Lanza - Cátedra Fundación Ramón Areces
Leticia Suárez Álvarez - Cátedra Fundación Ramón Areces

Logos: Universidad de Córdoba, FRA, FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

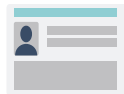
"Publicidad en el retail online: Estrategia y casos de éxito"



21 de marzo de 2024



Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales
"Jovellanos" de la Universidad de Oviedo, Gijón



Ponentes:

D. David Ordás Yusto
CEO y Director Técnico de Visualit

Dña. Marta Pérez Blanco
PPC Specialist de Visualit

Número de personas inscritas

103



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



RETAIL ABIERTO 2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

21 MARZO

PUBLICIDAD EN EL RETAIL ONLINE:

ESTRATEGIA Y
CASOS DE ÉXITO

12.45 - 14:15
PARANINFO

Facultad Comercio, Turismo y
Ciencias Sociales "Jovellanos"

visualit

¡inscríbete ya!

DAVID ORDÁS YUSTO
CEO y Director Técnico

MARTA PÉREZ BLANCO
Marketing Digital y PPC
specialist

catedrafundacionramonarecesdc@uniovi.es

D. David Ordás Yusto CEO y Director Técnico de Visualit

"Publicidad en el Retail Online: Estrategia y casos de éxito"

La jornada se centró en la publicidad online y en el modelo "Pay per Click", partiendo de la idea de que no se trata de un fin en sí mismo, sino que debe formar parte de una estrategia digital omnicanal, resultado de un análisis de objetivos y de la situación actual de la marca que lleve a un plan de marketing digital que se concrete en acciones específicas.

David Ordás explicó que, para decidir cuál debería ser la inversión en SEO y en SEM, el primer paso es la realización de una planificación estratégica a partir de un estudio de las necesidades de comunicación de la marca anunciante y su situación de partida. Las empresas con un posicionamiento bien definido requieren una inversión inicial menor en SEO, mientras que las marcas menos conocidas deben empezar por obtener un reconocimiento de los buscadores sobre el que construir después una campaña SEM.

Dentro del SEM existen, a su vez, diferentes posibilidades, como los anuncios en Red de Búsqueda (PPC o Pay Per Click), los Anuncios de Display (CPM) y los Anuncios de Vídeo o CPV. Durante la charla se presentó un caso de éxito en el ámbito del alquiler y venta de maquinaria industrial (por tanto, un mercado B2B), desgranando las diferentes fases del proceso.

Dña. Marta Pérez Blanco PPC Specialist de Visualit

Marta Pérez compartió con la audiencia un segundo caso de éxito de una marca del sector dental. En este caso, el objetivo de la campaña estaba relacionado con la generación de leads más que con la consecución de pujas en una subasta. Por tanto, la estrategia es diferente y las creatividades y los copys también lo son. El trabajo de la agencia comenzó con la recopilación de datos de la analítica. A partir de ahí, se realizaron campañas de anuncios de Display, Máximo Rendimiento y Búsqueda en Google Ads que son reevaluadas semanalmente para su optimización, la revisión de la inversión y la generación de informes de rendimiento, con especial cuidado en la comparación entre los resultados ofrecidos por Google Ads y los datos de la analítica web, asunto delicado en la actualidad por toda la casuística generada a raíz de los bloqueadores de cookies por parte de los potenciales clientes.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"El consumo digital bajo un enfoque de sostenibilidad social. Abordando patrones oscuros, adicciones y manipulación"

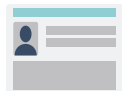
En colaboración con la Consejería de Ordenación de Territorio, Urbanismo, Vivienda y Derechos Ciudadanos del Gobierno del Principado de Asturias



3 de abril de 2024



Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, Oviedo



Ponente:

Dña. Susana de la Fuente Rodríguez

Responsable de la Oficina de Antifraude y Ética del Instituto Nacional de Ciberseguridad

Mesa redonda:

Dña. Rosario Olmos Pecero

Jefa Sección Educación para el Consumo, DG de Consumo, Viceconsejería de Derechos Ciudadanos del Principado de Asturias

Dña. Carmen Osorio Suárez

Periodista experta en RRSS y adicción a nuevas tecnologías

D. Ignacio Fernández Chacón

Profesor de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo

Número de personas inscritas

75

CÁTEDRA
FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Facultad de
Economía y
Empresa

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

RETAIL ABIERTO
2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

EL CONSUMO DIGITAL BAJO UN ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL
ABORDANDO PATRONES OSCUROS, ADICCIONES Y MANIPULACIÓN

3 DE ABRIL | 12:15 - 14:00
AULA MAGNA. FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

12:30 - 12:50 CONFERENCIA
Susana de la Fuente Rodríguez
Responsable de antifraude en INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad)

12:50 - 14:00 MESA REDONDA

ROSARIO OLMOS PÉCERO
Jefa Sección Educación para el Consumo Viceconsejería de Derechos Ciudadanos del Principado de Asturias

CARMEN OSORIO SUÁREZ
Periodista experta en redes sociales y adicción a las tecnologías

IGNACIO FERNÁNDEZ CHACÓN
Profesor de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo

DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN
M^{ra} José Sanzo Pérez - Cátedra Fundación Ramón Areces
Eduardo Estrada Alonso - Cátedra Fundación Ramón Areces
Silvia Cachero Martínez - Cátedra Fundación Ramón Areces
Nuria García Rodríguez - Universidad de Oviedo

apuntate



Dña. Susana de la Fuente Rodríguez
Responsable de la Oficina de
Antifraude y Ética del Instituto Nacional
de Ciberseguridad (INCIBE)

"Uso seguro de la tecnología"

La intervención se centró en el uso seguro de la tecnología, objetivo que persigue INCIBE, entidad de referencia para el desarrollo de la ciberseguridad y de la confianza digital de ciudadanos, red académica y de investigación, profesionales y empresas. INCIBE pone disposición de ciudadanos y empresas un servicio gratuito y confidencial a través del 017.

De acuerdo con el INCIBE, los principales riesgos a los que se enfrentan los consumidores en Internet son:

- Fraudes online (phishing). Se mencionan también otros tipos (timo nigeriano, falsas ofertas de empleo, prestamistas falsos de dinero, novias rusas, correos de sextorsión, smishing, vishing).
- Compras en sitios web falsos.
- Desinformación ("fake news").
- Uso excesivo y dependencia.

La conferenciante se ocupó de explicarlos y de ofrecer recomendaciones para evitarlos.

Mesa redonda

Las cuestiones abordadas en la mesa redonda giraron en torno a la identificación de los principales riesgos sociales y éticos para los consumidores en el entorno digital, y qué papel debe desempeñar la administración pública, la normativa y la formación en temas de nuevas tecnologías.

Rosario Olmos afirma que hoy en día existe demasiada información, lo que provoca intoxicación en el consumidor debido a la gran velocidad con la que se comparten las noticias. Desde la administración pública se desarrollan numerosos programas educativos en materia de prevención, fraude y derecho de los consumidores. Ignacio Fernández coincide con Rosario Olmos en ese diagnóstico, que al final lleva a la desinformación. En línea con ello, la Unión Europea trabaja en temas centrados en la política de privacidad y la manipulación de los consumidores a través de la forma en la que se presenta la información. No obstante, no hay que perder de vista que el derecho siempre regula más lentamente de lo que el consumo necesita. Por último, para Carmen Osorio el mayor riesgo es la normalización de las adicciones a las nuevas tecnologías. Para prevenirlo propone campañas de concienciación, así como formación a los padres y a los consumidores en general.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Platform liability: A law & economics approach"

En colaboración con la Universitat Pompeu Fabra, la Universidad de Barcelona y el Ministerio de Ciencia e Innovación (Proyecto de Investigación «Responsabilidad contractual y extracontractual de las plataformas online» PID2021-126354OB-I00)



22 de abril de 2024



Formato online a través de la plataforma MS Teams



Ponente:

Dña. Kathryn E. Spier

Domenico De Sole Professor of Law at the Harvard Law School
President Emeritus of the American Law and Economics Association

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



OPEN RETAIL
2023-24

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Platform Liability:
A Law & Economics Approach

22nd April 2024

ONLINE SEMINAR
16:30 - 18:30 UTC +1
09:30 a.m. - 11:30 a.m. CST

[Open inscriptions](#)
[CLICK HERE](#)

[Learn more](#)

Welcome and Introduction
Ignacio Fernández Chacón
University of Oviedo
Ester Manna
University of Barcelona

Kathryn E. Spier
Domenico De Sole Professor of Law
Harvard Law School

Foundations for Platform Liability

Alessandro De Chiara
Associate Professor
University of Barcelona

Discussant

ichacon@uniovi.es

PID2021-126374GB-100 Contractual and non-contractual liability of online platforms
PID2022-136548NB-100 Los retos de la inteligencia artificial para el Estado social y democrático de Derecho

Dña. Kathryn E. Spier
Domenico De Sole Professor of Law at
the Harvard Law School
President Emeritus of the American
Law and Economics Association

"Foundations for Platform Liability"

La temática objeto del seminario, el régimen de responsabilidad aplicable a las plataformas online, resulta de gran relevancia actualmente, no solo a nivel nacional y europeo, sino también en el ámbito del Derecho comparado. En el plano comunitario, la entrada en vigor a mediados de febrero de 2024 del nuevo Reglamento 2022/2065/UE relativo a un mercado único de Servicios Digitales (Digital Services Act o DSA) ha supuesto un punto de inflexión en el tratamiento jurídico dispensado a las plataformas, hasta el punto de convertirse en un referente normativo internacional en lo que a dicha materia se refiere. Las principales novedades introducidas por la DSA en lo que concierne a la temática objeto del seminario se articulan en torno a las *"due diligence obligations"* con las que las plataformas deben cumplir en la comercialización de productos, servicios y contenidos.

La profesora Spier es una de las expertas más reconocidas a nivel internacional en el ámbito del análisis económico del Derecho y en el transcurso del seminario abordó cómo las plataformas online operan como mecanismos de difusión de información errónea o comercialización de productos lesivos, falsificados, etc., prácticas todas ellas que ocasionan daños a la privacidad, la salud e incluso la democracia, lo que contrasta con el régimen de inmunidad jurídica del que gozan, teóricamente basada en razones económicas. En este sentido, la ponente destacó cómo, desde el principio, los tribunales y los legisladores temieron que la responsabilidad de las plataformas pudiese suponer un desincentivo a la innovación, el crecimiento y el acceso de los usuarios. Sin embargo, la profesora Spier defendió que la responsabilidad de las plataformas intermediarias conlleva inevitablemente efectos perjudiciales para la economía, por lo que el diseño de un mejor marco de responsabilidad resulta cada vez más importante, sobre todo a medida que los avances en inteligencia artificial crean oportunidades impredecibles para que los malos actores utilicen las plataformas como armas.

La ponente estructuró su intervención en tres partes. En la primera efectuó una revisión de la evolución de las normas de responsabilidad de las plataformas en materia de moderación de contenidos, comercio electrónico y derechos de autor. La segunda desgranó el modelo de negocio de las plataformas. En la tercera parte examinó el futuro del régimen de responsabilidad de las plataformas.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Conferencia

"Consumo sostenible y responsable "

Participación en el X Ciclo de Conferencias "Cadena de valor y consumo sostenible" organizado por la Cátedra de Comercio y Transformación Digital de la Universidad de Málaga



30 de mayo de 2024



Sala Ámbito Cultural de El Corte Inglés de Málaga

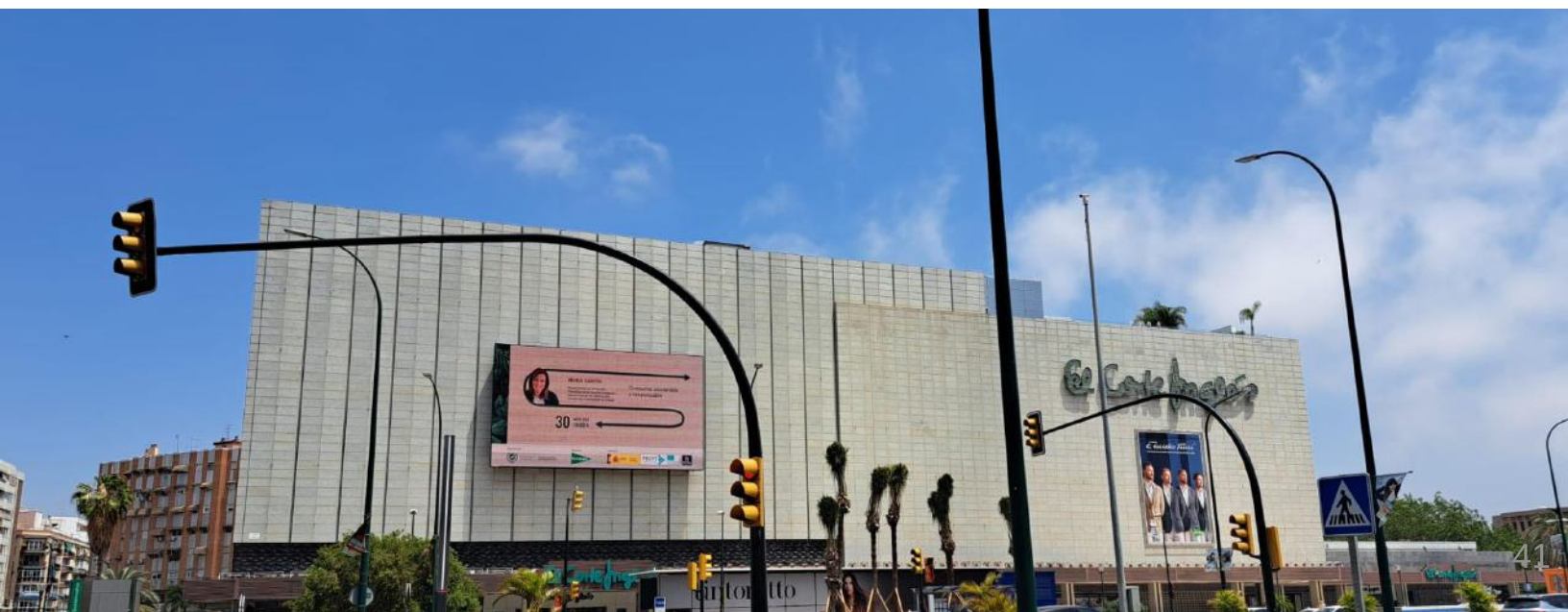


Ponente:

Dña. Nuria García Rodríguez

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo

Miembro del equipo de colaboradores de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Dña. Nuria García Rodríguez
Profesora Titular de Comercialización e
Investigación de Mercados de la
Universidad de Oviedo



Cátedra de Comercio y Transformación Digital

988 seguidores

1 hora •

🚩🚩 El próximo jueves, 30 de mayo, celebraremos la última conferencia del X Ciclo "Cadena de valor y consumo sostenibles" de la **Cátedra de Comercio y Transformación Digital** de la **Universidad de Málaga**.

📺 Descubre más sobre "Consumo sostenible y responsable" con **Nuria García**, de la **Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial**.

📍 Lugar: Sala Ámbito Cultural de **El Corte Inglés** de Málaga.

🕒 Hora: 18.00h.

👉 Las plazas son limitadas. Para más información e inscripción, visita: https://lnkd.in/e_NVSCY4

Será una tarde muy especial, ¡no te la pierdas! 😊

Facultad de Marketing y Gestión UMA

#Conferencias #Sostenibilidad #ConsumoSostenible #Marketing



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Acto de entrega de diplomas de la VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail

Conferencia

"El entorno institucional de la empresa española"



17 de julio de 2024



Paraninfo del Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo



Ponente:

D. Benito Arruñada

Catedrático de Organización de Empresas, Universidad Pompeu Fabra



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

ENTREGA DE DIPLOMAS

VII EDICIÓN MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN RETAIL

CONFERENCIA

EL ENTORNO INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA



MIÉRCOLES
17 JULIO 2024



17:00h - 19:00h



Paraninfo
Edificio Histórico
Universidad de Oviedo

D. Benito Arruñada

Catedrático de Organización de Empresas
Universidad Pompeu Fabra

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES



Página web y redes sociales

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Página web

<https://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/>

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FAQ ZONA USUARIOS CONTACTO



NOSOTROS MÁSTER RETAIL RETAIL ABIERTO PUBLICACIONES E INVESTIGACIÓN E-COLECCIONES OBSERVATORIO JURÍDICO ACTUALIDAD

CÁTEDRA
FUNDACIÓN RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

COMPROMETIDOS CON EL PROGRESO Y LA CUALIFICACIÓN
DE LOS PROFESIONALES DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La página web constituye una importante herramienta de comunicación de la Cátedra y de sus diferentes actividades. Su gestión se realiza a través de la empresa TICMEDIA (<https://www.ticmedia.es/>).

ticmedia.es

Página web y redes sociales

Principales secciones de la página web

Sección "Nosotros"

Siguiendo el principio de transparencia, esta sección muestra la información básica sobre la Cátedra, incluyendo su origen, misión, visión y valores, el tipo de actividad que desarrolla, la composición de la Comisión Mixta de Seguimiento y del Consejo de Dirección, el equipo de profesores colaboradores que la integra y las memorias anuales de actividades.

Sección "Máster en Retail"

Aquí se presenta el "Master de Formación Permanente en Retail" y recoge con detalle sus características, estructura, contenidos, plazas, duración, lugar de impartición, ayudas disponibles, prácticas, colaboradores e información relevante sobre el proceso de inscripción y matrícula. También se incluye una relación del cuadro de profesores con sus respectivos perfiles y se ofrecen testimonios de antiguos alumnos/as.

Sección "Retail Abierto"

En este apartado de la página web se incorporan los resúmenes y las conclusiones de las jornadas, conferencias, talleres y sesiones similares organizadas en abierto por la Cátedra y que forman parte del "Ciclo Retail Abierto" con la Cátedra FRA.

Sección "Publicaciones e investigación"

Esta sección sirve para aportar información sobre las actividades de investigación realizadas o promovidas por la Cátedra, incluyendo la colección de documentos DOCFRADIS, la Reunión Científica anual, el libro derivado de la misma, los perfiles de los keynote speakers, los proyectos de investigación y los cursos/seminarios de investigación impartidos.

Sección "e-Colecciones"

Se trata de una sección donde se publican dos tipos de contenidos digitales integrados en dos colecciones diferentes. En primer lugar, las grabaciones de las jornadas y conferencias del "Ciclo Retail Abierto". En segundo lugar, la colección "Retail Insights", una serie de "píldoras" o videos de corta duración, donde distintos profesionales reflexionan acerca de temas concretos relacionados con la actualidad del sector del retail.

Sección "Observatorio jurídico"

Foro abierto de reflexión, información y documentación sobre la regulación y la intervención comercial a nivel estatal, de las Comunidades Autónomas y europeo.

Sección "Actualidad"

Información actualizada sobre los próximos eventos y actividades de la Cátedra FRA.

Página web y redes sociales

Analítica de la página web

Durante el periodo julio 2023- julio 2024, la página web de la Cátedra ha tenido un total de **17.421 visitas** correspondientes a **4.378 usuarios únicos**. Eso totaliza una media de 3,98 visitas por usuario con un tiempo de interacción medio de un minuto y trece segundos.

Las páginas más vistas dentro de la web son la página principal (3.103 visitas de 858 usuarios únicos con un promedio de 35 segundos), el campus virtual (1.962 visitas de 222 usuarios únicos durante dos minutos y cincuenta y seis segundos) y la subpágina del Máster en Retail (1.223 visitas de 591 usuarios únicos durante cincuenta y ocho segundos en promedio). Les siguen las secciones de Personal (536 vistas de 144 usuarios), Libros (481 visitas de 206 usuarios), las secciones audiovisuales de Jornadas (con especial mención a la jornada "Crea tu propia huella digital. Estrategias de marca personal para destacar" con 393 visitas), la subsección de Retail Abierto (283 visitas) y la sección de noticias (282 visitas).

Título de página...se de pantalla		↓ Vistas	Usuarios	Visitas por usuario	Tiempo de interacción medio
		17.421 100 % respecto al total	4.378 100 % respecto al total	3,98 Media 0 %	1 min y 13 s Media 0 %
1	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Página principal	3.103	858	3,62	35 s
2	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Campus virtual	1.962	222	8,84	2 min y 56 s
3	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Zona usuarios	1.741	242	7,19	1 min y 39 s
4	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Máster de Formación Permanente en Retail	1.223	591	2,07	58 s
5	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Personal	536	144	3,72	49 s
6	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Libros	481	206	2,33	35 s
7	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Jornada "Crea tu propia huella digital. Estrategias de marca personal para destacar"	393	217	1,81	24 s
8	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: D. IGNACIO FERNÁNDEZ CHACÓN	283	227	1,25	21 s
9	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Retail abierto	283	117	2,42	58 s
10	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Actualidad	282	103	2,74	39 s
11	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Documentos publicados	282	96	2,94	55 s
12	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: El plazo de preaviso en los contratos de distribución	268	211	1,27	1 min y 22 s
13	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: D. FRANCISCO JAVIER DE LA BALLINA BALLINA	254	200	1,27	22 s
14	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: La indemnización por clientela en los contratos atípicos de distribución comercial	225	183	1,23	41 s
15	Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial :: Publicación del libro «Transitando hacia una producción y consumo responsables»	196	116	1,69	22 s

Fuente: Google Analytics

En cuanto a los principales países desde los que se accede a la web de la Cátedra, hay un dominio casi absoluto de usuarios con IP española, 3964 usuarios sobre un total de 4378 usuarios únicos. El siguiente país es Perú (48 usuarios) seguido de Argentina (35), Colombia (35), México (28), Chile (25), Francia (25), Alemania (19) y Estados Unidos de América (18).

Página web y redes sociales

En lo que respecta al canal audiovisual, de reciente creación, cabe destacar que los principales recursos audiovisuales por número de visualizaciones en el canal de Youtube son las charlas de F. José de la Cruz (344 visualizaciones), Pía Menéndez-Graíño Portilla (174), Beatriz Balbona (119), Marcos Álvarez (109) y dos vídeos de Miguel Camacho (con 89 y 82 visualizaciones respectivamente).



Revenue Management Growth por F. José de la Cruz, ex-directivo de Coca-Cola...
344 visualizaciones • hace 1 año



El nacimiento de Quetzal Collection por Pía Menéndez-Graíño Portilla. Econo Emprende...
174 visualizaciones • hace 1 año



Retail Insights con Beatriz Balbona
119 visualizaciones • hace 1 año



Retail Insights con Marcos Álvarez - Consultor en Retail
109 visualizaciones • hace 1 año



VI EDICIÓN MÁSTER EN RETAIL ACTO ENTREGA DIPLOMAS
94 visualizaciones • hace 1 año



Retail Insights con Miguel Camacho
89 visualizaciones • hace 4 meses



Inteligencia Artificial y Humana más unidas que nunca en el RETAIL con Miguel...
82 visualizaciones • hace 4 meses



Publicidad en el Retail Online: Casos de Éxito
54 visualizaciones • hace 3 meses



Retail Insights con Manuel Alonso - Profesor de IE Business School
49 visualizaciones • hace 1 año



Crea tu propia huella digital. Estrategias de Marca personal para DESTACAR por Fátim...
34 visualizaciones • hace 4 meses



Jornada Día Mundial del Turismo 2023
24 visualizaciones • hace 8 meses



Retail Insights con Daniel Baizán
22 visualizaciones • hace 7 meses



Desde el consumidor hasta la estrategia: Marketing y sostenibilidad en la encrucijad...
18 visualizaciones • hace 1 mes



Contemporary perspectives on sustainability in a precarious world por Deirdre O'Loughlin
12 visualizaciones • hace 1 año



"Comprar, no comprar, o comprar mejor, esa es la cuestión" por Irene Garmelo Henley...
5 visualizaciones • hace 2 semanas









"The ladies are not for turning" por Maria Fernandez Muiños (Universidad de León)
3 visualizaciones • hace 3 semanas

Fuente: Youtube

Página web y redes sociales

Redes sociales

Redes sociales en las que está presente la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial:

-  Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial
-  @catedrafareces
-  @catedrafareces
-  Catedra FRA de Distribución Comercial
-  Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial
-  @catedrafra

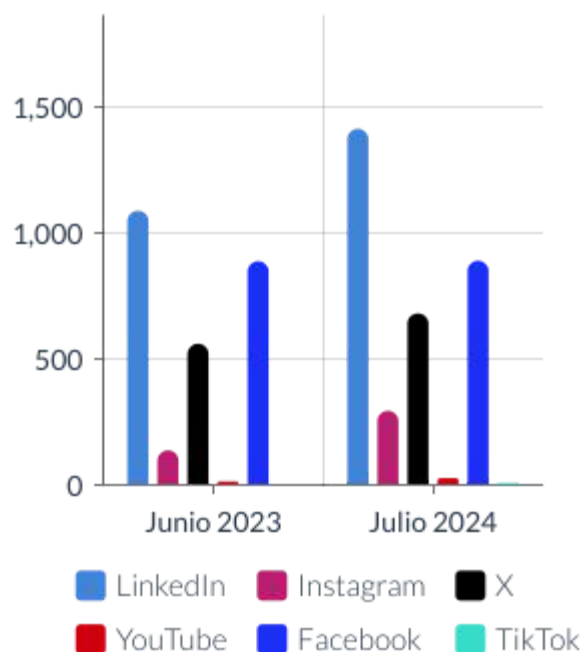


La gestión de las mismas se realiza a través del grupo Intermark (<https://www.intermarkit.es/>) y su consultora digital ThinkaBit (<https://www.thinkabit.es/>).



Resultados e impacto

	Junio 2023	Julio 2024
	1.088 seguidores	1.413 seguidores
	138 seguidores	295 seguidores
	561 seguidores	681 seguidores
	15 suscriptores	28 suscriptores
	888 seguidores	890 seguidores
	0 seguidores	8 seguidores



Página web y redes sociales

KPIs PRINCIPALES



PERIODO	IMPRESIONES ORGÁNICO	CLICS	INTERACCIONES	LIKES	RETWEETS	RESPUESTAS	MENCIONES
FEB.	1.199	11	63	18	7	23	15
MAR.	677	5	34	12	4	9	1
ABR.	1.278	5	34	10	3	14	
MAY.	763	5	33	10	2	15	
JUN.	650	2	22	4	2	14	
JUL.	643	3	30	6	3	15	

KPIs PRINCIPALES



PERIODO	IMPRESIONES ORGÁNICO	CLICS	INTERACCIONES	REACCIONES	COMENTARIOS
FEB.	15.358	2.156	2.443	251	18
MAR.	9.892	873	1.064	167	13
ABR.	8.582	658	838	156	6
MAY.	5.779	261	363	93	5
JUN.	5.885	521	645	113	2
JUL.	3.952	263	371	93	4

KPIs PRINCIPALES



PERIODO	IMPRESIONES ORGÁNICO	INTERACCIONES	LIKES	COMENTARIOS	GUARDADOS
FEB.	2.481	137	132	4	1
MAR.	1.466	128	125	1	2
ABR.	1.924	145	138	4	3
MAY.	1.085	65	62	2	1
JUN.	1.377	44	41	1	2
JUL.	1.162	37	36	-	1

KPIs PRINCIPALES



PERIODO	IMPRESIONES ORGÁNICO	INTERACCIONES	CLICS	COMENTARIOS	COMPARTIDOS
FEB.	2.232	315	266	1	2
MAR.	1.709	123	92	0	1
ABR.	2.554	179	140	1	3
MAY.	1.653	67	45	0	1
JUN.	1.245	53	40	0	2
JUL.	788	39	19	0	1

Página web y redes sociales

Novedades y valoración de la presencia en redes

La Cátedra FRA ha estrenado este curso una cuenta en la [plataforma TikTok](#), en la que se ha iniciado con 8 seguidores.

Además, este año se ha colaborado con una alumna del Máster de Formación Permanente en Retail, **Marianela Lacayo (@nela.lacayo en Instagram)**, que cuenta con más de 14 mil seguidores en Instagram, con el objetivo de mostrar el día a día de los estudiantes del máster, especialmente durante las visitas que realizan a las empresas colaboradoras. Se han subido a TikTok vídeos de las visitas a los centros de El Corte Inglés de Oviedo, Gijón y Avilés, la tienda de IKEA Asturias, la fábrica de CAPSA Food en Granda (Asturias) y la plataforma logística de Supermercados masymas en Asturias, así como del acto de entrega de diplomas de la VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail.

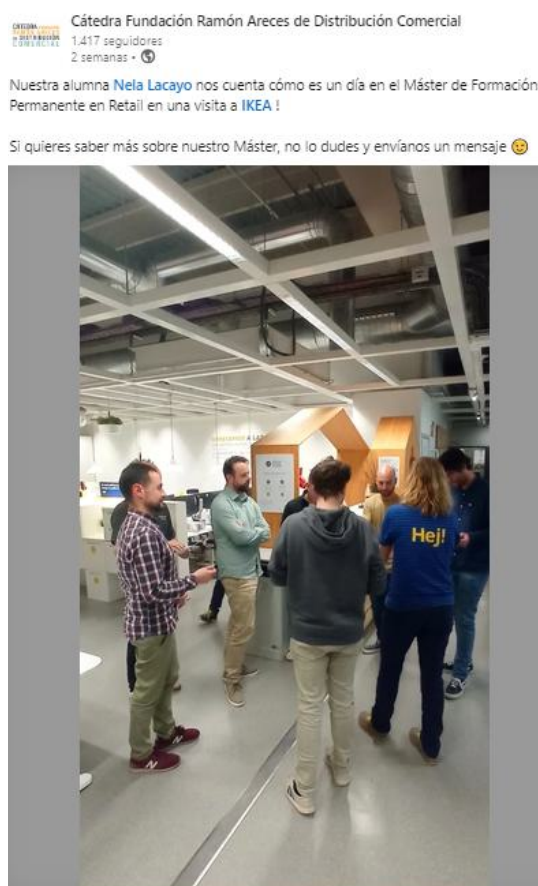
En [LinkedIn](#) se comparten publicaciones más elaboradas sobre las actividades de la Cátedra FRA y sobre el Máster de Formación Permanente en Retail, que tienen una tasa de repost (republicar) muy alta gracias a las menciones de los conferenciantes, a los autores de los DOCFRADIS publicados o a los alumnos (o ex alumnos) del máster. El crecimiento de esta red (número de seguidores) entre junio de 2023 y julio de 2024 ha sido del **29,9%**.

En la cuenta de [Instagram](#) se publican al mes 10 posts y reels y 20 stories. El contenido que más reacciones genera es el relacionado con el Máster de Formación Permanente en Retail. Se trata de la **red social que presenta la mayor tasa de crecimiento, un 113,8%**.

En el caso de [X](#) se han creado publicaciones de interés para otros usuarios, especialmente posts relacionados con las publicaciones de DOCFRADIS o de jornadas de Retail Abierto. **Su tasa de crecimiento se sitúa en el 21,4%**.

La utilización de [YouTube](#) se centra en los vídeos grabados de las jornadas del Ciclo Retail Abierto y los correspondientes a la colección "Retail Insights". El vídeo con un mayor número de visualizaciones corresponde a una jornada celebrada en 2023 titulada "*Revenue Growth Management*" (340 visualizaciones). El segundo vídeo más reproducido es el Retail Insight de Beatriz Balbona (119 visualizaciones). **Su crecimiento ha sido del 86,7%**.

En [Facebook](#) tienen especial éxito las publicaciones relativas a las jornadas organizadas por la Cátedra. Si bien es cierto que es la red social que menos crecimiento experimentó este último año en cuanto a número de seguidores (0,02%), sigue siendo un canal de difusión y comunicación importante.



Documentos de trabajo DOCFRADIS

Desde el año 2010 la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial publica una colección de Documentos de Trabajo DOCFRADIS. Con ella se busca fomentar (y contribuir a difundir) investigaciones (de carácter tanto básico como aplicado) en las que participen autores de reconocido prestigio en diferentes áreas relevantes para el diseño de estrategias y políticas de distribución comercial.



La información sobre los miembros integrantes del Consejo Editorial, las normas para los autores y las normas para la presentación de los trabajos se encuentran disponibles en el apartado de "Publicaciones e Investigación" de la página web de la Cátedra (<https://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/>). Allí también están disponibles todos los documentos de trabajo publicados hasta la fecha.

Las opiniones y análisis de cada DOCFRADIS son responsabilidad de los autores y, en consecuencia, no tienen por qué coincidir con las de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo.

La reproducción de cada DOCFRADIS para fines educativos y no comerciales está permitida siempre y cuando se cite como fuente a la colección de Documentos de Trabajo de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (DOCFRADIS). Esta colección dispone de ISSN y Depósito Legal (ISSN: 2253-6299. Depósito Legal: AS-04989-2011. Edita: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo). Los DOCFRADIS también se difunden en la **Plataforma RePEc (Research Papers in Economics)** en <http://econpapers.repec.org/paper/ovrdocfra/>.

EconPapers


Economics at your fingertips


- [EconPapers Home](#)
- [About EconPapers](#)
- [Working Papers](#)
- [Journal Articles](#)
- [Books and Chapters](#)
- [Software Components](#)
- [Authors](#)
- [JEL codes](#)
- [New Economics Papers](#)
- [Advanced Search](#)
-
-
- [EconPapers FAQ](#)
- [Archive maintainers FAQ](#)
- [Cookies at EconPapers](#)
- [The RePEc blog](#)
- [The RePEc plagiarism page](#)


DOCFRADIS Working Papers


From [Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial](#)
33071.
Contact information at [EDIRC](#).
Bibliographic data for series maintained by Nuria Viejo Fernandez (docfradis@catedrafundacionarecesdcuniovi.es).


[Access Statistics](#) for this working paper series.
Is something missing from the series or not right? See the RePEc data check for the [archive](#) and [series](#).


2406: [Análisis del valor medioambiental percibido en contextos de búsqueda de opinión y congruencia informacional](#)  downloads
Oliver Torres-Reynoso, Jesús García-Madariaga and María Carmen Rodríguez-Santos

2405: [El funcionamiento interno de una empresa omnicanal: una revisión sistemática de la literatura](#)  downloads
Laura Fernández Méndez and Nuria Viejo Fernández

2403: [¡Sonido activado! ¿Cómo influyen los estímulos auditivos en el engagement del consumidor?](#)  downloads
E. Sophia Valenzuela-G., Óscar González-Benito and Álvaro Garrido-Morgado

2402: [Compras en redes sociales: el papel de la confianza, las actitudes y el social media marketing](#)  downloads
Jorge Serrano-Malebrán and Jorge Arenas-Gaitán

2401: [Papel mediador de la personalidad de la tienda en la relación entre la autocongruencia y las manifestaciones de lealtad](#)  downloads
María De Los Ángeles Crespo López and Carmen García García

2306: [Food values and purchase decisions in an emerging market: lessons learned from Kenya](#)  downloads
Opeyemi Femi-Oladunni, Pablo Ruiz-Palomino, María Pilar Martínez-Ruiz and Israel Roberto Pérez-Jiménez

Colecciones

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Durante el curso 2023-2024 se han publicado **seis nuevos DOCFRADIS**:



ANÁLISIS DEL VALOR MEDIOAMBIENTAL PERCIBIDO EN CONTEXTOS DE BÚSQUEDA DE OPINIÓN Y CONGRUENCIA INFORMACIONAL

Oliver Torres-Reynoso
Universidad de León
E-mail: jtorr@unileon.es

Jesús García-Madariaga
Universidad Complutense de Madrid
E-mail: jgarcia@ucm.es

María Carmen Rodríguez-Santos
Universidad de León
E-mail: carmen.santos@unileon.es



EL FUNCIONAMIENTO INTERNO DE UNA EMPRESA OMNICANAL: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA

Laura Fernández Méndez
Universidad Pontificia Comillas-ICADE
E-mail: lfmendez@icade.comillas.edu

Nuria Viejo Fernández
Universidad de Oviedo
E-mail: nuriavfj@uniovi.es



¿SONIDO ACTIVADO! ¿CÓMO INFLUYEN LOS ESTÍMULOS AUDITIVOS EN EL ENGAGEMENT DEL CONSUMIDOR?

E. Sophia Valenzuela-G.
Universidad de Salamanca
E-mail: sophievalenzuela@usal.es

Óscar González-Benito
Universidad de Salamanca
E-mail: oscargb@usal.es

Álvaro Garrido-Morgado
Universidad de Salamanca
E-mail: algamo@usal.es



COMPRAS EN REDES SOCIALES: EL PAPEL DE LA CONFIANZA, LAS ACTITUDES Y EL SOCIAL MEDIA MARKETING

Jorge Serrano-Malebrán
Universidad Católica del Norte
E-mail: jorge.serrano@ucn.cl

Jorge Arenas-Gaitán
Universidad de Sevilla
E-mail: jarenas@us.es



PAPEL MEDIADOR DE LA PERSONALIDAD DE LA TIENDA EN LA RELACIÓN ENTRE LA AUTOCONGRUENCIA Y LAS MANIFESTACIONES DE LEALTAD

María De Los Ángeles Crespo López
Universidad Libre de Ámsterdam
E-mail: m.d.l.a.crespolopez@student.vu.nl

Carmen García García
Universidad Autónoma de Madrid
E-mail: carmen.garcia@uam.es



Opeyemi Femi-Oladunni
Universidad de Castilla-La Mancha
E-mail: Opeyemi.femi@alu.uclm.es

Pablo Ruiz-Palomino
Universidad de Castilla-La Mancha
E-mail: Pablo.Ruiz@uclm.es

María Pilar Martínez-Ruiz
Universidad de Castilla-La Mancha
E-mail: MaríaPilar.Martinez@uclm.es

Israel Roberto Pérez-Jiménez
Universidad de Castilla-La Mancha
Email: Iroberto.perez@uclm.es

Food values and purchase decisions in an emerging market: lessons learned
from Kenya

Libro Reunión Científica 2023

María José SANZO PÉREZ
Eduardo ESTRADA ALONSO
Celina GONZÁLEZ MIERES
Luis Ignacio ÁLVAREZ GONZÁLEZ
(Coordinadores)

TRANSITANDO HACIA UNA PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Universidad de Oviedo
www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es

Se ha publicado el libro derivado de la edición número quince de la Reunión Científica organizada por la Cátedra, que recoge las ponencias de los participantes junto con otros trabajos científicos de relevancia de investigadores de diferentes universidades.

En esta ocasión la publicación ha llevado por título ***"Transitando hacia una producción y consumo responsables"***.

Los trabajos aparecen estructurados en tres apartados. El primero de ellos incluye artículos que están directamente relacionados con el consumo sostenible. El segundo bloque recoge trabajos relacionados con la sostenibilidad en la cadena de valor. Finalmente, el tercer bloque engloba una serie de artículos que hacen referencia a nuevas estrategias o tendencias que actualmente destacan en el panorama del retail.

La versión completa está disponible en:

<https://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicaciones-libros-publicados-es.html>

1

**Consumo
sostenible**

2

**Sostenibilidad en la
cadena de valor**

3

**Estrategias y
tendencias en retail**

Parte I. Consumo sostenible

Capítulo primero

Deirdre O'Loughlin (Universidad de Limerick) y María Eugenia Fernández Moya (Universidad de Oviedo)

Pone de manifiesto la creciente importancia de la sostenibilidad dentro del precario entorno actual y presenta las perspectivas contemporáneas sobre la producción y el consumo sostenibles.

Capítulo segundo

Silvia Cachero Martínez y Nuria García Rodríguez (Universidad de Oviedo)

Analiza qué tipo de atributos tienen en cuenta al tomar la decisión de compra los consumidores más sensibilizados y concienciados con la sostenibilidad. También evalúa qué tipo de respuesta se produce en términos de satisfacción experimentada, intención de recompra e intención de realizar WOM.

Capítulo tercero

Elvira Ferrel Bernal y Salvador Ruíz de Maya (Universidad de Murcia)

Tiene por objetivo analizar el papel de los envases como instrumento de marketing y su capacidad para comunicar la sostenibilidad del producto.

Capítulo cuarto

Patricia Martínez García de Leaniz, Ángel Herrero Crespo y María del Mar García de los Salmones (Universidad de Cantabria)

Examina diversos factores que influyen en la intención de compartir información sobre cuestiones vinculadas con la responsabilidad social de los destinos turísticos a través de una red social específica.

Capítulo quinto

Christiam Méndez Lazarte (Universidad de Lima) y María Ángeles Ramón Jerónimo (Universidad Pablo de Olavide)

Presenta una investigación que combina la Teoría del Comportamiento Planeado y el enfoque de capacidades logísticas, conocido como rutinas alimentarias, con el propósito de identificar los factores que se asocian con el desperdicio de alimentos en el hogar.

Parte II. Sostenibilidad en la cadena de valor

Capítulo sexto

Luis Román Arciniegas Gil (Université Catholique de Lille) y Manal Ratnane (Université de Lille)

Explora la evolución de la investigación sobre la transformación digital de las empresas, los retos vinculados a su responsabilidad social y la creación de valor, desde una perspectiva francesa.

Capítulo séptimo

Sofía García Torres y Josune Sáenz Martínez (Universidad de Deusto) y Marta Rey García (Universidad de A Coruña)

Plantea el objetivo de comprender y ayudar al desarrollo de los fenómenos de sostenibilidad, trazabilidad y transparencia en el contexto particular de la industria textil-moda.

Capítulo octavo

Jorge Morilla Soto y Begoña Álvarez Álvarez (Universidad de Oviedo)

Se pregunta si es posible tener en cuenta la sostenibilidad sin restar atractivo al envase, teniendo en cuenta la creciente preocupación social por el medioambiente.

Capítulo noveno

Lidia Vidal (Universitat Jaume I y Technological University Dublin), Miguel Ángel Moliner, Marta Estrada y Diego Monferrer (Universitat Jaume I) y Keith Quille (Technological University Dublin)

Muestra que la segmentación es crucial para las estrategias de sostenibilidad y que las percepciones de los destinos por parte de los turistas ofrecen importantes criterios de segmentación.

Parte III. Estrategias y tendencias en retail

Capítulo décimo

Javier Casares Ripol y Víctor J. Martín Cerdeño (Universidad Complutense de Madrid)

Interpreta el nuevo escenario de la economía y los sistemas de distribución a través de la teoría del *helicóptero de soluciones*.

Capítulo decimoprimer

Blanca García Henche y Pedro Cuesta Valiño (Universidad de Alcalá)

Plantea que el pequeño comercio debe adaptarse a la digitalización, actualizar sus sitios web, mejorar su presencia en redes sociales y cumplir con las expectativas de los consumidores cada vez más exigentes.

Capítulo decimosegundo

Myriam Quiñones García, Mónica Gómez Suárez y Ana M^a Díaz Martín (Universidad Autónoma de Madrid)

Explora la forma en la que los distribuidores minoristas invierten en determinadas tecnologías para ofrecer una experiencia de cliente diferenciada.

Capítulo decimotercero

Guadalupe Ramos Truchero (Universidad de Valladolid)

Realiza un estudio sobre la identificación de las desigualdades alimentarias en territorios rurales con problemas de deterioro comercial.

Capítulo decimocuarto

Jaime Romero e Ignacio Cruz Roche (Universidad Autónoma de Madrid)

Analiza las centrales de compra en la distribución española y las funciones que desempeñan, considerando su actuación uno de los factores determinantes de la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas de ámbito regional o provincial en la distribución española.

Capítulo decimoquinto

Nuria Viejo Fernández y Estela Llamas González (Universidad de Oviedo)

Pretende mejorar la experiencia de compra y el *engagement* de los clientes de una empresa asturiana, masymas supermercados, mediante la implantación de dos aplicaciones vinculadas con la digitalización.

Retail Insights

Se trata de una colección de vídeos de corta duración, disponibles en la plataforma YouTube, a través de los cuales profesionales del sector retail exponen su punto de vista sobre temas de actualidad relacionados con el mundo de la distribución. Durante el curso 2023-2024 se han editado dos nuevos videos disponibles en <https://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/ecolecciones-retail-insights-es.html>.



Daniel Baizán

**Especialista en retail y distribución agraria
Técnico comercial de Delagro Scoop**

¿Cómo ves la situación actual del retail?

¿Cuáles son los principales desafíos de afronta el retail?

¿Qué oportunidades hay en el retail?

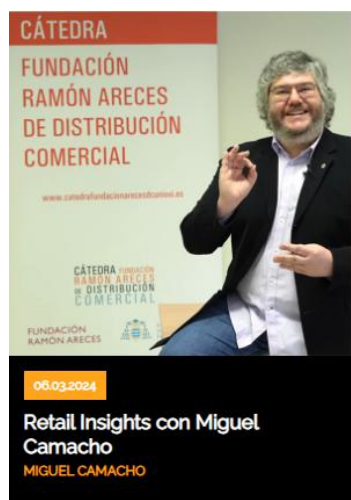
¿Podemos distinguir alguna diferencia sustancial entre el retail que se realiza en zonas urbanas y el de las zonas rurales?

¿En qué momento se encuentra la distribución comercial en zonas especialmente sensibles al reto demográfico?

¿El comercio electrónico y la apuesta por la digitalización constituyen el revulsivo para generar nuevas oportunidades en el rural?

¿Qué formatos comerciales pueden generar tendencia y oportunidades de negocio en nuestros pueblos?

¿Cuáles serían las fortalezas más destacadas del retail que desarrolla su actividad en el entorno rural?



Miguel Camacho
CTO de Smarvel

¿Cómo ves la situación actual del retail?

¿Cuáles son los principales desafíos de afronta el retail?

¿Qué oportunidades hay en el retail?

¿Cómo cambiará la experiencia de usuario gracias a los avances en inteligencia artificial (IA) en el sector del retail?

¿Cómo impactará económicamente la IA al sector del retail?

¿Qué cambios significativos podemos esperar en los próximos años en el sector del retail causados por la IA?

Actividades de formación 23-24



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



- | | | |
|---|--|----|
| 1 | Máster de Formación Permanente en Retail | 59 |
| 2 | VII Edición Máster de Formación Permanente en Retail | 66 |
| 3 | Acto de entrega de diplomas de la VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail | 74 |

Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Denominación: Máster de Formación Permanente en Retail

Idioma: Español

Plazas: 25

Duración: Septiembre - junio (60 créditos ECTS)

Precio: 4.500 euros

Modalidad: Presencial

Horario: Martes, miércoles y jueves de 17 a 21 horas

Lugar: Instituto Universitario de la Empresa (IUDE)
Calle González Besada, n.º 13, 33007, Oviedo



Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



*“La diferencia que marca una formación
por y con el sector retail”*

El **Máster de Formación Permanente en Retail** está promovido por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial y forma parte de la oferta de *Títulos Propios de Máster de Formación Permanente* de la Universidad de Oviedo (<https://www.uniovi.es/en/estudia/titulospropios/masterfp/retail>).

Depende del Centro Internacional de Postgrado y del Vicerrectorado de Transferencia y Relaciones con la Empresa (<https://www.uniovi.es/en/conocenos/gobierno/vicerrectorados/transferencia>).

Este máster presencial de **450 horas** presenta las siguientes características diferenciadoras:

- ✓ Formación 360° y omnicanal.
- ✓ Metodología altamente participativa.
- ✓ Énfasis en el desarrollo de competencias básicas en el sector: trabajo en equipo, orientación al cliente, proactividad, flexibilidad y adaptación al cambio.
- ✓ Respaldo de empresas líderes del sector del retail. Iniciativa impulsada y apoyada por el Grupo El Corte Inglés y otras grandes empresas de distribución.
- ✓ Colaboración e involucración profunda de las empresas del sector en el diseño del programa y contenido y en la impartición de las materias.
- ✓ Amplias posibilidades de networking.
- ✓ Facilidades del acceso con ayudas de matrícula y la oferta de prácticas en las empresas colaboradoras.
- ✓ Alta empleabilidad (superior al 90%).

Toda la información relevante relativa al mismo se encuentra disponible en la página web de la cátedra.



Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

El Máster en Retail en un vistazo



Objetivo

Formar profesionales del sector del retail y dotarles de habilidades enfocadas a trabajar en un entorno omnicanal y de transformación digital, capaces de dirigir equipos y gestionar negocios en formato físico y/o digital, con un enfoque centrado en el cliente y basado en los datos y la información.



Dirigido a ...

Titulados universitarios o personas que estarían en disposición de alcanzar el título en el curso de graduación del postgrado. A falta de ello, podrán optar las personas con amplia experiencia profesional acreditada relacionada con el sector retail (matriculados a través de microcredenciales).



Salidas profesionales

El máster proporciona una formación práctica y polivalente en las diferentes áreas de gestión de una empresa de retail, así como una visión completa de las actividades y decisiones de distribución que ha de adoptar cualquier tipo de empresa para comercializar sus productos.



Metodología

Metodología participativa. La participación se produce tanto en el aula como en las diferentes visitas que se programan a los establecimientos de las empresas y/o las clases impartidas en las instalaciones de las empresas.

Adicionalmente, los alumnos/as participan en proyectos reales de las empresas colaboradoras que han de realizar en equipo y bajo la supervisión de la empresa.



Empresas y asociaciones colaboradoras



Universidades colaboradoras



Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

El Máster en Retail en un vistazo

Programa



MÓDULO 1: El sector de la distribución comercial.
MÓDULO 2: Logística y diseño de redes de distribución comercial.
MÓDULO 3: Análisis de clientes para la toma de decisiones.
MÓDULO 4: Estrategias comerciales y gestión del punto de venta.
MÓDULO 5: Gestión de RRHH y habilidades directivas en retail.
MÓDULO 6: La transformación digital en el sector retail.
MÓDULO 7: TRABAJO FIN DE MÁSTER



Ayudas de matrícula

15 ayudas de matrícula de 3.000 euros cada una ofrecidas por la Fundación Ramón Areces

Prácticas en empresas



Directores

María José Sanzo Pérez

Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados, Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Oviedo

Eduardo Estrada Alonso

Profesor Titular de Derecho Civil, Departamento de Derecho Privado y de la Empresa, Facultad de Derecho, Universidad de Oviedo

Silvia Cachero Martínez

Profesora de Comercialización e Investigación de Mercados, Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Oviedo

Programa docente desarrollado

MÓDULO 1: EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Formatos comerciales: visión panorámica y tendencias
Antecedentes y situación actual del sector de la distribución comercial
Marco jurídico de la distribución comercial
Introducción a los contratos
El pequeño comercio detallista (I)
El pequeño comercio detallista (II): El caso ALBIÑANA
Los formatos comerciales detallistas de la gran distribución
Asociacionismo comercial (I): El modelo de centros comerciales. Situación y perspectivas de futuro
Asociacionismo comercial (II): Franquicias y centrales de compra. Principios básicos
Asociacionismo comercial (III): Franquicias y centrales de compra. Sistemas de franquicias
Contratos de franquicias
Asociacionismo comercial (IV): Asociaciones de comerciantes, centros comerciales abiertos y BIDs
El contrato de compraventa
Plan de apoyo a la competitividad comercial: conocimiento y propuestas

MÓDULO 2: LOGÍSTICA Y DISEÑO DE REDES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Diseño de redes de distribución
Dirección, control y gestión de cadenas globales de tiendas y puntos de venta
La internacionalización de empresas de distribución comercial
Incidencia de la ley aplicable en la comercialización transfronteriza de productos y servicios
Localización de empresas detallistas
Innovación en logística. Experiencia de CAPSA
Estrategia logística (IKEA)
Estrategia logística (IKEA)
Compraventa nacional y transfronteriza

MÓDULO 3: ANÁLISIS DE CLIENTES PARA LA TOMA DE DECISIONES

Estrategias comerciales centradas en el consumidor
Customer Journey
Valor percibido y fijación de precios
La importancia de diseñar el viaje del cliente
Aplicaciones del neuromarketing
Sistemas de información e investigación de mercados: KANTAR WORLDPANEL
Metodología de análisis de clientes
Proyectos de Big Data y Machine Learning para retail
Impacto de las tecnologías emergentes en el comercio minorista
Investigación y gestión de las emociones

Programa docente desarrollado

MÓDULO 4: ESTRATEGIAS COMERCIALES Y GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

Gestión de compras y relaciones con fabricantes: punto de vista del detallista
Gestión de compras y relaciones con fabricantes: punto de vista del fabricante
Estrategia de precio y negociación con fabricantes
Gestión financiera de la empresa
Diseño y planificación del punto de venta: Merchandising y gestión por categorías
Visual merchandising: Safari Retail
Visual merchandising: Taller
Técnicas de venta y negociación
Derechos de los consumidores y usuarios
Falta de conformidad de los productos y servicios comercializados
Calidad y recuperación del servicio
La sostenibilidad en el sector de la distribución comercial (I), (II)
Gestión de clientes
De la tienda a la marca: por qué y cómo construir tu marca
El valor de la marca
Sesión IKEA Food Marketing y COMIN
Sesión ventas físico y remoto
Comunicación integrada de marketing en las empresas detallistas
Gestión de crisis y comunicación estratégica
Marco constitucional y autonómico de la distribución comercial
Urbanismo y horarios comerciales

MÓDULO 5: GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y HABILIDADES DIRECTIVAS EN RETAIL

Liderazgo (I), (II)
Desarrollo (I), (II)
La gestión del talento en CAPSA FOOD
Convenios colectivos
Taller: Comunicación oral y oratoria
Gestión de recursos humanos y equipos en retail (I), (II), (III)
Formación para el desarrollo comercial de los profesionales en el comercio detallista
Formación para el desarrollo de las competencias directivas en el comercio
Coaching para el liderazgo de equipos comerciales (I), (II)
Evolución de los puestos de trabajo en el sector retail
La gamificación como eje de desarrollo de las personas

Programa docente desarrollado

MÓDULO 6: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR RETAIL

Tecnologías habilitadoras para el negocio (I), (II)

La tecnología en el retail y ERPs (SAP)

Gestión de la cadena logística con SAP ERP (I), (II), (III)

Omnicanalidad, gestión de las ventas y stock en tiempo real: SAP CAR

Reaprovisionamiento en retail: Escenario práctico con SAP F&R

Customer Relationship Management (I), (II)

Gestión documental en los procesos de negocio y medios de pago

Nuevas tendencias tecnológicas

Futuro del retail. Metaverso

Metodologías de Big Data y Machine Learning para retail

Ventajas e inconvenientes para el comercio de vender a través de Marketplaces

Comercialización de productos y servicios a través de plataformas intermediarias (I), (II)

Estrategias de planificación de campañas social media (I)

Social Intelligence y marca personal

Estrategias de planificación de campañas social media, social commerce y omnichannel (II)

Estrategia SEO/SEM (I), (II), (III)

Entorno digital de la distribución: Commerce (I, (II)

Mobile Commerce (I), (II)

La Transformación Digital, un viaje sin retorno

Gestión de redes sociales

MÓDULO 7: TRABAJO FIN DE MÁSTER

Trabajo realizado de forma individual por parte de los estudiantes que será presentado y defendido al final del Máster.

PRÁCTICAS OPTATIVAS EN EMPRESAS

Se ofrece un programa de prácticas remuneradas realizadas en El Corte Inglés en Madrid una vez finalizado el máster. Además, existen convenios con empresas colaboradoras para realizar prácticas remuneradas (una vez finalizado el máster o durante la realización del mismo): IKEA, Inetum, Leroy Merlin, Capsa Food, Decathlon y Alcampo.

OPCIÓN MICRO CREDENCIALES

Existe la posibilidad de cursar el máster a través de micro credenciales (cada módulo se oferta como una micro credencial). Aquellos alumnos que carezcan de titulación tendrán que acogerse a esta alternativa, matriculándose en todas las micro credenciales. Siempre que haya plazas disponibles, también se podrá cursar de forma independiente cada uno de los módulos.

VII Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail



La VII Edición del Máster en Formación Permanente en Retail se puso en marcha el 19 de septiembre de 2023 y sus sesiones presenciales se extendieron hasta el 30 de mayo de 2024. La presentación y defensa de los Trabajos Fin de Máster se realizó a lo largo del 1 y del 2 de julio de 2024 y el acto de entrega de diplomas se celebró el 17 de julio de 2024.

Contó con un total de **22 alumnos matriculados**. De ellos, 9 estudiantes proceden de los convenios firmados (4 trabajadores de El Corte Inglés, 4 trabajadores de IKEA, 1 trabajador de Leroy Merlin) y 13 alumnos han abonado la matrícula (los 13 tienen asignada ayuda de matrícula).

La selección se realizó mediante un baremo que incluía los siguientes criterios:

- Puntuación obtenida en la correspondiente titulación universitaria.
- Formación no reglada específica en el sector de la distribución comercial.
- Experiencia profesional en el sector de la distribución.
- Entrevista personal.

VII Máster en Retail

La **asignación de ayudas de matrícula** se llevó a cabo mediante convocatoria pública. Los criterios de valoración son:

- Curriculum vitae. Ponderación del 50%.
- Renta familiar y situación económica personal. Ponderación del 30%.
- Procedencia del alumno de Comunidades Autónomas diferentes a la del Principado de Asturias o de países extranjeros. Ponderación del 20%.

A través de la vía de las **micro credenciales** han accedido **8 estudiantes**.

Se ha realizado una **evaluación continua del aprendizaje de los alumnos** a través del control de asistencia, entrega y discusión de casos prácticos, dos exámenes y la elaboración de dos trabajos: el primero de ellos en grupo, propuesto por las empresas colaboradoras (dos ofertados por El Corte Inglés y otros dos por IKEA Asturias) y tutelado por profesionales de cada una de estas empresas. El segundo, de carácter individual, fue el prescriptivo Trabajo Fin de Máster tutelado por investigadores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo. En el caso de El Corte Inglés los proyectos han sido tutelados por **D. Miguel Ángel Riesgo** (Director de RRHH de ECI Gijón) y **Dña. Fuencisla Cid** (Directora de Comunicación, Relaciones Institucionales, Marketing y Sostenibilidad en Galicia y Asturias). Los objetivos de los proyectos han sido:

- PROYECTO 1: Eficiencia en los procesos de omnicanalidad.
- PROYECTO 2: Definir una programación cultural que posicione las salas de Gijón y Avilés como espacios culturales de encuentro para toda persona interesada en la cultura.

Las titulaciones con las que acceden los alumnos son variadas:

- Grado en Administración y Dirección de Empresas: 4 estudiantes.
- Grado en Comercio y Marketing: 3 estudiantes.
- PCEO ADE y Derecho: 2 estudiantes.
- Grado en Economía: 1 estudiante.
- Grados (o licenciaturas) en Magisterio, Farmacia y Lenguas Modernas: 1 estudiante por cada titulación.
- Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología (UNICIT): 1 estudiante.



VII Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Prácticas remuneradas en las empresas colaboradoras

En la edición 2023-2024 del Máster de Formación Permanente en Retail se realizaron un total de **siete prácticas remuneradas** en las empresas colaboradoras: El corte Inglés (dos alumnos), IKEA (un alumno), INETUM (tres alumnos) y HR Team (un alumno, que ya forma parte del equipo de la empresa). INETUM procedió a la renovación del convenio de prácticas en el caso de uno de tres alumnos que las desarrollaron allí.

Con carácter adicional a las siete prácticas remuneradas, a lo largo del curso **Leroy Merlin ofreció un contrato indefinido** a una alumna del Máster e **IKEA** también hizo lo mismo con relación a **dos alumnas**.

Considerando las dos vías (prácticas remuneradas y contratos de trabajo), **diez estudiantes** que han cursado la VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail se han beneficiado de la posibilidad que ofrece el programa de ganar experiencia dentro de las empresas del sector o, directamente, de las oportunidades que abre a la empleabilidad.





RESULTADOS DE satisfacción DE LOS ESTUDIANTES

DISEÑO GLOBAL DEL MÁSTER

SE HAN ALCANZADO LOS OBJETIVOS PREVISTOS	SE HA DESARROLLADO EL PROGRAMA PREVISTO	SE HA DESARROLLADO EL HORARIO PREVISTO	LA DURACIÓN DEL MÁSTER HA SIDO ADECUADA PARA SUS OBJETIVOS Y CONTENIDOS
4.524	4.636	4.727	4.318

* Sobre una escala de 5 puntos

PROFESORADO Y METODOLOGÍA

EL
PROFESORADO
HA SIDO
ADECUADO

4.364

LAS
EXPLICACIONES
HAN SIDO
CLARAS

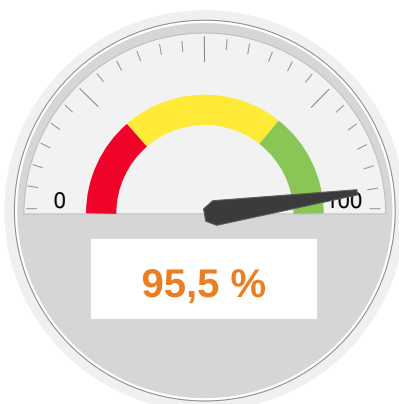
4.364

LA PROPORCIÓN
DEL
CONTENIDOS
TEÓRICO-
PRÁCTICOS HA
SIDO LA
ADECUADA

4.136

* Sobre una escala de 5 puntos

¿RECOMENDARÍAS EL CURSO A UN CONOCIDO?



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

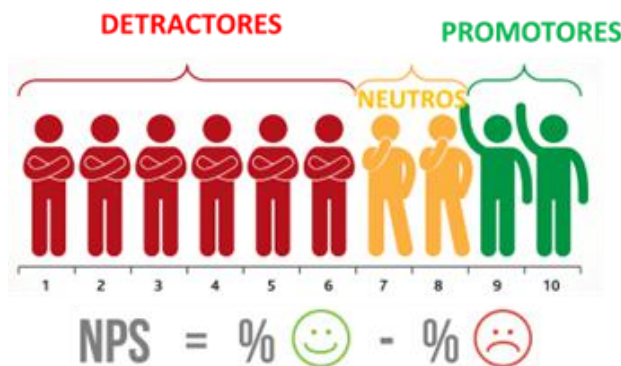
CUSTOMER SATISFACTION SCORE (CSAT)



8,68

Como regla general, un valor muy bueno del CSAT está por encima de 8

NET PROMOTER SCORE (NPS)



68,4 %

13 promotores (puntuación 9-10), 6 neutros (puntuación 7-8) y 0 Detractores

VII Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Difusión de la VII edición del Máster de Formación Permanente en Retail

La difusión de la VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail se realizó por medio de las siguientes actividades:

- ✓ **Presentación del título en las aulas de los distintos grados de la Universidad de Oviedo**, tanto por parte de los profesores integrantes del equipo de la Cátedra como por otros colaboradores.
- ✓ Información en la **página web de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial** y en la página web del **Instituto Universitario de la Empresa (IUDE)**.
- ✓ Difusión de información a través de las **redes sociales de la Cátedra**.
- ✓ Campaña a través de **Google Ads**.
- ✓ Difusión de información sobre **Títulos Propios** para el curso académico 2023-2024 realizada por la **Universidad de Oviedo** y su **Centro Internacional de Postgrado**.
- ✓ Envío de información por **e-mail a bases de datos de alumnos** que terminan sus estudios.
- ✓ Envío de información por **e-mail a bases de datos de personas que asisten habitualmente a las actividades realizadas por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial**.
- ✓ Difusión de **dípticos impresos** relativos al Máster.
- ✓ Entrevistas a los alumnos interesados y preinscritos en el curso.
- ✓ Difusión a través de la **Asociación Española de Retail (AER)**.



VII Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Universidad de Oviedo



IUDE
ESCUELA DE NEGOCIOS

Universidad de Oviedo



VII Máster en Retail

**70% HORAS
IMPARTIDAS
POR
EMPRESAS**

**¿TE LO VAS A
PERDER?**

**PRÁCTICAS
REMUNERADAS
ASTURIAS Y
MADRID**

**15 AYUDAS DE
MATRÍCULA**

**ESCANEA ESTE CÓDIGO
QR Y ENTÉRATE!**



AER
Asociación Española del Retail

www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es

catedrafarecesdc@uniovi.es

98 510 28 47 - 628 30 77 64

VII Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Acto de entrega de Diplomas de la VII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail

El miércoles 17 de julio de 2024 tuvo lugar, en el Paraninfo del Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo, la Entrega de Diplomas a la VII Promoción del Máster en Retail. En el acto han intervenido:

D. Ignacio Villaverde Menéndez

Rector Magnífico de la Universidad de Oviedo

D. Manuel Azcona de Arriba

Director de Comunicación de la Fundación Ramón Areces

D. Guillermo Olavi Pérez Bustamante Ilander

Director del Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de Oviedo

D^a. M^a José Sanzo Pérez

Directora de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

D. Eduardo Estrada Alonso

Co-Director de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Con motivo de este evento, **D. Benito Arruñada**, Catedrático de Organización de Empresas de la Universitat Pompeu Fabra impartió la conferencia “*El Entorno Institucional de la Empresa Española*”.

En su intervención el conferenciante reflexionó acerca del papel que juegan las instituciones dentro de la economía y sus efectos para el sector de la distribución, destacando la evolución que, a su juicio, ha tenido la regulación y el sistema judicial español a lo largo de los últimos años y poniendo de evidencia toda una serie de consecuencias negativas para la seguridad y el desarrollo del sistema económico y las transacciones.

The poster is divided into two main sections. The top section, with a teal background, is titled 'ENTREGA DE DIPLOMAS' in white. Below this, on a light grey background, is the title 'VII EDICIÓN MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN RETAIL' in bold black text. Underneath is 'CONFERENCIA' in a smaller font, followed by 'EL ENTORNO INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA' in large bold letters. To the right of the title is a circular portrait of D. Benito Arruñada. Below the title, event details are listed: 'MIÉRCOLES 17 JULIO 2024', '17:00h - 19:00h', and the location 'Paraninfo Edificio Histórico Universidad de Oviedo'. At the bottom right, the speaker's name 'D. Benito Arruñada' and affiliation 'Catedrático de Organización de Empresas Universidad Pompeu Fabra' are shown. The bottom of the poster features logos for the 'CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL', the 'frA' logo, the 'FUNDACIÓN RAMÓN ARECES' logo, and the 'IUDE' logo of the 'Universidad de Oviedo'.

ENTREGA DE DIPLOMAS

**VII EDICIÓN
MÁSTER DE FORMACIÓN
PERMANENTE EN RETAIL**

CONFERENCIA

**EL ENTORNO
INSTITUCIONAL DE LA
EMPRESA ESPAÑOLA**

MIÉRCOLES
17 JULIO 2024

17:00h - 19:00h

Paraninfo
Edificio Histórico
Universidad de Oviedo

D. Benito Arruñada
Catedrático de Organización de Empresas
Universidad Pompeu Fabra

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

frA

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

IUDE
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE LA EMPRESA
Universidad de Oviedo

VII Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



ACTO DE ENTREGA DE DIPLOMAS VII PROMOCIÓN DEL MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN RETAIL Oviedo, miércoles 17 de julio de 2024

PROGRAMA

17:00h **Celebración del Acto de Entrega de Diplomas**
Paraninfo del Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo

Interviene, en primer lugar, el Rector Magnífico D. Ignacio Villaverde Menéndez, para dar la palabra a los miembros de la mesa en el orden siguiente:

- **D. Guillermo Olavi Pérez Bustamante Ilander**
Director del Instituto Universitario de la Empresa - Escuela de Negocios de la Universidad de Oviedo (IUDE)
- **D^a. María José Sanzo Pérez**
Directora de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial
- **D. Eduardo Estrada Alonso**
Co-Director de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

17:15h **Conferencia**
"El entorno institucional de la empresa española"

- **D. Benito Arruñada**
Catedrático de Organización de Empresas de la Universitat Pompeu Fabra

18:00h **Entrega de diplomas**
Nombrará a los estudiantes D^a Silvia Cachero Martínez, Co-Directora del Máster de Formación Permanente en Retail

18:30h **Clausura**
• **D. Manuel Azcona de Arriba**
Director de Comunicación de la Fundación Ramón Areces
• **Rector Magnífico D. Ignacio Villaverde Menéndez**
Cierre del acto

19:00h **Foto de familia**

19:15h **Vino español**
Hotel NH Oviedo Principado

MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN RETAIL
La diferencia que marca una formación por y con el sector retail



Actividades de investigación 23-24



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	XVI Reunión Científica	77
2	Proyectos de investigación/ayudas	81
3	Tesis doctorales	85
4	Seminarios de investigación	88
5	Asistencia a congresos	89

XVI Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

XVI Reunión Científica

Desde el Consumidor hasta la Estrategia

Marketing y Sostenibilidad en la Encrucijada del Cambio

17 de abril

10:30h – 12.15h
Sala de Juntas
Facultad de Economía y Empresa
Universidad de Oviedo

10:30H INAUGURACIÓN
10:45H CONFERENCIA



AD DE JONG
KEYNOTE SPEAKER
Kraks Fond Professor of Marketing,
Copenhagen Business School

12:15H MARKETING COLLOQUIUM

MESA REDONDA
16:00H CONSUMIDOR

IRENE GARNELO GÓMEZ Henley Business School, Inglaterra	CARLOS AGREDANO GONZÁLEZ Instituto Tecnológico de Monterrey, Mexico	ELÍAS VEGA RIERA Universidad de Valladolid, España
---	--	---

MESA REDONDA
18:00H ESTRATEGIA EMPRESARIAL

MARÍA FERNÁNDEZ MUIÑOS Universidad de León, España	PAOLA LIEVANO PULIDO Universidad Pablo de Olavide, España	SOFÍA BLANCO MORENO Universidad de León, España
---	--	--

Organiza: CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Colaboradores: Nuria García Rodríguez, Primitiva Pascual Fernández

Disponible

Exclusivo

apíntate



Número de personas inscritas

90

XVI Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Keynote Speaker 17 de abril 2024

Professor Ad de Jong

KRAKS FOND PROFESSOR OF MARKETING AT COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL

"Circular Economy: A Transformative Service Perspective"

El conferenciante se centró en el análisis de la Economía Circular (EC), entendida como un sistema económico destinado a minimizar el agotamiento de los recursos naturales mediante la retención de valor y la regeneración de valor. En este sentido, definió un sistema circular como aquel en el que los recursos se mantienen en uso en lugar de desecharse, compartiendo, manteniendo, reutilizando, redistribuyendo, re-fabricando, reciclando y diseñando para desensamblar y volver a ensamblar.

Durante la sesión se tuvo la oportunidad de conocer en detalle todos estos aspectos ejemplificados con casos reales de organizaciones que pertenecen al ámbito del retail y, de manera más concreta, al sector del mueble.

El profesor de Jong hizo hincapié en cómo una perspectiva transformadora de servicio puede contribuir a la EC. La perspectiva transformadora de servicio supone un enfoque que busca comprender cómo los servicios, los proveedores de servicios y los sistemas de servicio pueden mejorar el bienestar individual, comunitario y global. También resaltó la importancia de dos retos a los que las organizaciones deben hacer frente en este ámbito: el greenwashing y el efecto rebote. El primero consiste en una estrategia de comunicación adoptada por aquellas organizaciones que presentan argumentos ecológicos para forjar una imagen responsable que no se adecúa a su realidad. El segundo implica la reducción de los beneficios globalmente esperados cuando se aplican nuevas tecnologías que aumentan la eficiencia del uso de los recursos.



XVI Reunión Científica

Mesa redonda: CONSUMIDOR

Irene Garnelo Gómez

Henley Business School (Inglaterra)

"Comprar, no comprar o comprar mejor ¿esa es la cuestión! Cómo las emociones y las motivaciones afectan el consumo de moda sostenible"



La investigación explora los mecanismos psicológicos que influyen en que los consumidores compren moda de forma sostenible. Los datos recopilados a través de un cuestionario online con 828 participantes sugieren que poner énfasis en las emociones positivas y minimizar las emociones negativas podrían contribuir a fomentar un consumo de moda más sostenible. A su vez, las motivaciones intrínsecas (que no buscan una recompensa extrínseca) son mejores predictoras de la intención de compra de moda sostenible.

Carlos Agredano González

Instituto Tecnológico de Monterrey (México)

"¿El consumidor responsable para un consumo sostenible percibe las marcas locales como más atractivas? El papel mediador de la experiencia de marca local y la actitud de marca local"

Este estudio propone que la "responsabilidad del consumidor para el consumo sostenible" influye positivamente en la preferencia de marca local y en la probabilidad de compra. El estudio recopiló datos de una muestra de 430 personas a través de una encuesta en línea en México. Los resultados indican un impacto positivo directo de la responsabilidad del cliente por el consumo sostenible en la probabilidad de compra de marcas locales y en la preferencia de marcas locales.



Elías Vega Riera

Universidad de Valladolid (España)

"Juegos serios para un futuro sostenible: Integrando gamificación en la comunicación empresarial"



El trabajo estudia la implementación de la gamificación como un medio para mejorar la comunicación de información medioambiental a los consumidores y se basa en el desarrollo de una aplicación móvil de juego. La muestra final fue de 149 participantes, con una edad media de casi 34 años (68,5% eran hombres). Los resultados muestran que la experiencia del usuario durante el uso de la aplicación tiene un impacto positivo en la adopción de comportamientos sostenibles. También sugieren que la competencia de los usuarios dentro del juego desempeña un papel importante en esta relación.

XVI Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Mesa redonda: ESTRATEGIA EMPRESARIAL

María Fernández Muiños
Universidad de León

"The ladies are not for turning: ¿Cómo afecta el género del líder a las decisiones de RSC de las empresas de franquicia?"



En este trabajo se ha analizado cómo influye, por una parte, el género del liderazgo de los franquiciadores en las preferencias hacia políticas de RSC (por un lado, prácticas de RSC normativa, aquella orientada a satisfacer intereses sociales y comunitarios, prácticas de RSC instrumental. que trata de satisfacer los intereses económicos y estratégicos). La muestra se compone de 246 empresas franquiciadoras españolas. Los resultados sugieren que las empresas de franquicia dirigidas por mujeres se involucran más con la RSC normativa, mientras que el liderazgo masculino impulsa un enfoque más instrumental.

Paola Liévano Pulido
Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)

"Hacia un futuro más verde: La intersección del marketing verde y la generación de valor sostenible"

El trabajo explora cómo el marketing verde puede contribuir a la generación de valor. En una primera parte se presentan dos análisis bibliométricos. En la segunda parte, utilizando un modelo de ecuaciones estructurales y datos de las actividades de marketing verde de 651 empresas en España, recopilados de informes y archivos digitales, se evalúa el impacto del marketing verde en la generación de valor y el rendimiento. Los resultados muestran la existencia de un impacto positivo.



Sofía Blanco Moreno
Universidad de León

"Sustainable tourism in the digital age: Insights from Instagram data analysis"



Se presenta la plataforma *Photo Data Tour Analytics* (PDAT) (<https://mktingphotodatatur.unileon.es/>), desarrollada por el Grupo de Investigación MKTing de la Universidad de León, diseñada para analizar el comportamiento de los viajeros y ciudadanos en los destinos en redes sociales a través de contenidos visuales y experiencias compartidas. Utilizando más de 150.000 publicaciones recopiladas a lo largo de 12 años, emplea algoritmos de IA para ofrecer información sobre el comportamiento del consumidor, apoyando la transformación de las ciudades en ciudades inteligentes, mejorando la vida urbana y promoviendo la marca de la ciudad.

Proyectos de investigación y ayudas

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Proyecto de investigación sobre el comportamiento del consumidor de productos sostenibles

Título del proyecto:	<i>La Co-Creación de Valor en las Empresas Sociales. Efectos de la Estrategia Omnicanal (CO-CRESEO)</i>
Sub-línea:	Estudio del comportamiento del consumidor de productos sostenibles
Investigadores principales:	Luis I. Álvarez y M ^a José Sanzo
Miembros de la cátedra en el proyecto:	Silvia Cachero y Nuria García

Proyectos de investigación y ayudas

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



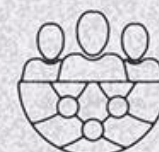
Agenda 2030 de Naciones Unidas

ODS 12

Producción y consumo sostenibles

Empresas sociales

como instrumento para fomentar el
desarrollo sostenible



SOCIAL COMPANY

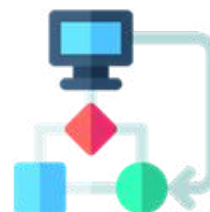


Falta de estudios que analicen la
perspectiva del consumidor
ante la compra de productos
procedentes de empresas sociales



Objetivo

Análisis del comportamiento del
consumidor de las ofertas
comerciales procedentes de
empresas sociales



Metodología

Revisión bibliométrica sistemática
Técnica Delphi
Encuesta a consumidores

Proyectos de investigación y ayudas

En el curso 2023-2024 los resultados se han materializado en las siguientes contribuciones:

Publicaciones en Congresos

Congreso: XXXV Congreso Internacional de Marketing de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK 2024 (Cuenca, 11-13 septiembre 2024)

Emociones y compras: Medición e impacto de la conciencia sostenible del consumidor

NURIA GARCÍA RODRÍGUEZ

SILVIA CACHERO MARTÍNEZ

Resumen

El estudio y medición de la "Conciencia Sostenible del Consumidor" (CSC) resulta crucial para lograr el avance hacia una sociedad más justa y responsable. La CSC está integrada por tres dimensiones interconectadas: ambiental, social y económica. El objetivo del presente estudio es doble. Por un lado, proponer una escala de medida válida y fiable que refleje fielmente el concepto de CSC. Para ello se utilizará como eje central un análisis Delphi a expertos en el ámbito de la sostenibilidad. Por otro, analizar la influencia de la CSC en las emociones (positivas y negativas) que el consumidor experimenta en su toma de decisiones de compra. Para este análisis se utilizarán las respuestas recogidas a través de un cuestionario online a una muestra de 741 consumidores españoles. Comprender este vínculo entre la CSC y las emociones permitirá a las empresas adoptar estrategias de comunicación más efectivas, promoviendo un consumo más ético y responsable que beneficie tanto al individuo como al planeta.

Congreso: XXXIII Congreso Internacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa ACEDE 2024 (Valencia, 16-18 junio 2024)

Atributos de producto y valores para entender el consumo sostenible: Efectos en las emociones y la intención de compra

SILVIA CACHERO MARTÍNEZ

NURIA GARCÍA RODRÍGUEZ

Resumen

El presente trabajo pretende contribuir al estudio del consumo sostenible a través del análisis de la interacción entre los atributos de los productos y los valores de los consumidores. Se investiga su efecto en dos tipos de resultados, uno afectivo (experimentación de emociones positivas) y otro comportamental (intención de compra). Adicionalmente se comprueba el papel mediador de las emociones del consumidor en la relación entre atributos del producto e intención de compra. Para ello se ha realizado una experimentación, presentando a una muestra de 201 personas la descripción de un producto más funcional y otro más sostenible. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto la existencia de interacción entre los atributos del producto (funcionales vs. sostenibles) y los valores altruistas en la experimentación de emociones positivas y en la intención de compra del consumidor.

Proyectos de investigación y ayudas

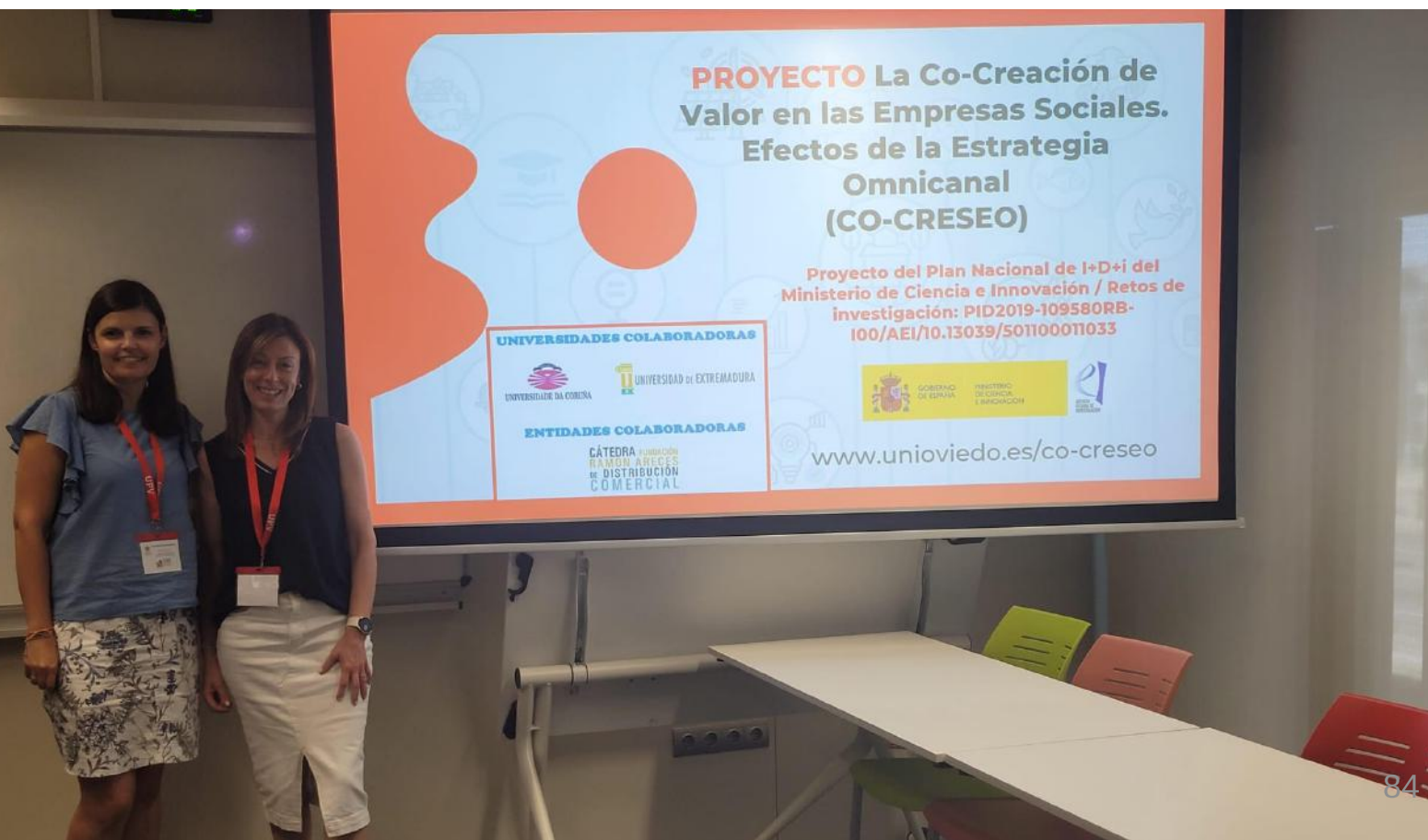
CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Publicaciones en revistas

García-Rodríguez, Nuria; Cachero-Martinez, Silvia, & Salido-Andrés, Noelia (2024). De la razón a la emoción. El papel de los atributos de producto en el viaje hacia las compras sostenibles. *UniBusiness AEMARK: Transferencia de Marketing Universidad-Empresa* (aceptado, pendiente de publicación)

Resumen

El cambio hacia modelos de producción y consumo más sostenibles, tal y como aboga el ODS 12 incluido en la Agenda 2030 de Naciones Unidas, precisa de la implicación activa de diferentes stakeholders, tanto del ámbito público como privado. Particularmente, los consumidores constituyen un “agente de cambio” fundamental, ya que sus conductas de compra al elegir determinados productos pueden tener repercusiones medioambientales y sociales relevantes. Este trabajo analiza la importancia de diferentes tipos de atributos (funcionales y sostenibles) en la determinación de un comportamiento de compra ético (sostenible) y las consecuentes emociones positivas que pueden emerger del mismo y que podrían influir en futuros comportamientos de compra. Los resultados revelan que los clientes éticos valoran la sostenibilidad, pero también el beneficio “utilitario” en sus compras. Además, resaltan la importancia de las compras sostenibles para despertar emociones positivas en el consumidor, que podrían impulsar patrones de consumo sostenible en el futuro.



Tesis doctorales

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

En el curso 2023-2024 se ha defendido la primera tesis doctoral realizada con ayudas de la Cátedra FRA.

Título: Servicios jurídicos online. Aceptación por parte de los usuarios en el momento de la contratación

Doctorando: Jorge Álvaro Alonso Mogollón

Tesis defendida el 4 de septiembre de 2023

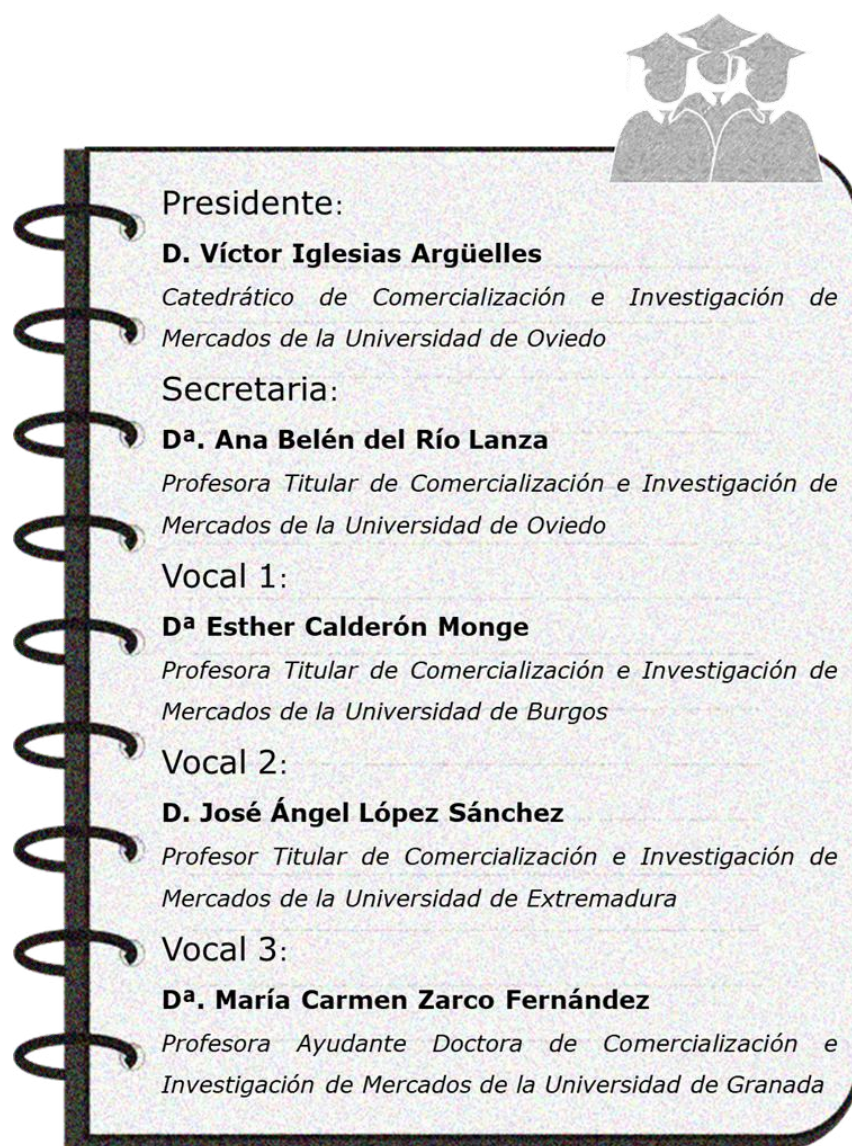
Directores: Ana Suárez Vázquez y Juan Trespalcacios Gutiérrez

Calificación: Sobresaliente cum Laude



Tesis doctorales

El **tribunal evaluador** de la tesis doctoral ha estado formado por los siguientes integrantes:



Tesis doctorales

La Cátedra promueve actualmente un **proyecto de tesis en curso**:

Título: La transformación digital de las empresas del sector retail: Un análisis desde la óptica de la sostenibilidad

Alejandro Vega López

Tesis doctoral en curso

Directores: María José Sanzo Pérez y Nuria Viejo Fernández

El sector detallista constituye un entorno dinámico que ha experimentado numerosos cambios a lo largo del tiempo. La transformación más disruptiva a la que se ha enfrentado en los últimos años se ha derivado de la llegada de las nuevas tecnologías digitales, que han hecho que las organizaciones del sector deban encarar un profundo proceso de transformación digital.

No obstante, la transformación digital no consiste únicamente en la implantación de tecnología dentro de las compañías, sino en un cambio en la forma en la que las organizaciones emplean las tecnologías digitales, convirtiéndolas en la “columna vertebral” para desarrollar un nuevo modelo de negocio. Así, la transformación digital implica un cambio multidimensional que afecta a la experiencia del cliente, los modelos de negocio, los procesos operativos y las estructuras organizativas. En concreto, son cinco las áreas en las que la transformación digital puede reflejarse y que permiten evaluar el grado de madurez que presenta una organización en esta transformación: estrategia, personas, estructura y operaciones, datos y propuesta de valor.

La transformación digital supone la utilización de tecnologías muy diferentes que terminan teniendo un fuerte impacto en los individuos y que pueden ejercer un efecto significativo (positivo o negativo) en los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) utilizados para evaluar la capacidad de una organización para fomentar prácticas comerciales sostenibles y crear valor duradero. De hecho, la sostenibilidad o responsabilidad digital (entendida como el empleo de la tecnología de manera ética y responsable, respetando la privacidad de las personas, compartiendo información de manera transparente, y utilizando la tecnología de manera que no cause daño a los demás o a la sociedad en general) está empezando a recibir mucha atención por parte de académicos y profesionales. La realidad que se genera como resultado de todos estos procesos hace necesario el compromiso de las empresas del sector retail para garantizar la correcta y ética utilización de los datos y las tecnologías. A esto habría que añadir la presión que añaden las normativas y legislaciones imperativas de carácter obligatorio que están surgiendo para proteger al consumidor en este nuevo entorno, como la Ley de Servicios Digitales y Ley de Inteligencia Artificial.

Ante este escenario, el proyecto de tesis doctoral tiene como objetivo vincular teórica y empíricamente la transformación digital de las empresas del sector retail con la estrategia de sostenibilidad a través del concepto de “sostenibilidad digital” o “la responsabilidad digital corporativa”.

En estos momentos, el doctorando ha terminado de realizar la revisión de la literatura, que ha quedado plasmada en los tres primeros capítulos del trabajo y va a iniciar la parte del estudio empírico.

Seminarios de investigación

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Metodología de la revisión sistemática de literatura y análisis bibliométrico aplicado a la economía y administración de empresas

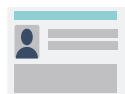
En colaboración con el Programa de Doctorado en Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo



15, 17, 18 y 29 de enero de 2024



Formato online a través de la plataforma MS TEAMS



Ponentes:

Dña. Vanessa Mato Santiso
Universidad de A Coruña

Dña. Silvia Cachero Martínez
Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Universidad de Oviedo

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

**METODOLOGÍA DE LA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LITERATURA Y
ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO APLICADO A LA ECONOMÍA Y
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Prof. Dra. Vanessa Mato Santiso
Universidade da Coruña

Prof. Dra. Silvia Cachero Martínez
Universidad de Oviedo

15, 17, 18 y 29 de enero de 2024, de 16.15 a 19.45 horas

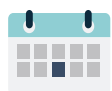
Curso de Formación Específica.
Programa de Doctorado en Economía y Empresa

¡Apúntate!

Asistencia a congresos

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

DSA and Platform Regulation Conference 2024



15 y 16 de febrero de 2024



Amsterdam Law School



Asistente:

D. Ignacio Fernández Chacón



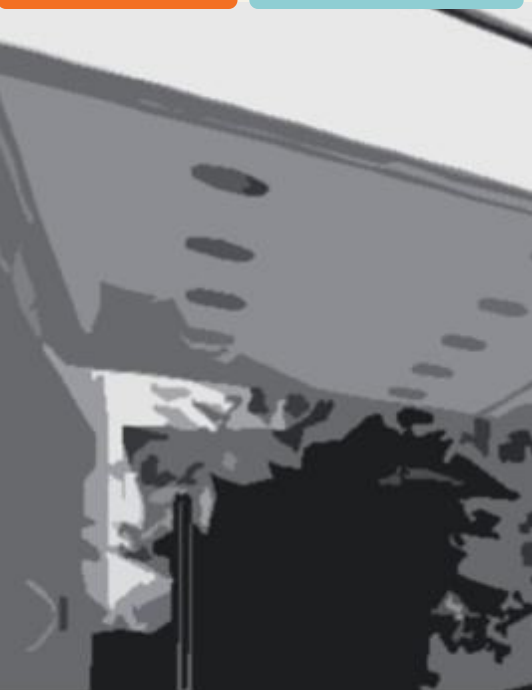
[Home](#) [Analysis](#) [About](#) [Events](#) [Conference 2024](#) [Contact](#) [Q](#)

The DSA and Platform Regulation Conference 2024

15-16 February 2024

Amsterdam Law School (University of Amsterdam)

Otras actividades y colaboraciones



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	Premio Trabajo Fin de Grado	91
2	Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias	92
3	Cuadro de Mando Retail Abierto	94
4	Concurso de emprendimiento ECONOEMPRENDE	96
5	Nuevos proyectos	99

Premio Trabajo Fin de Grado

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial convoca anualmente un premio dirigido a Trabajos Fin De Grado (TFG) de los grados oficiales impartidos en las universidades españolas cuyos temas estén centrados en materias de retail. El premio consiste en el pago de matrícula (4.500 euros) en la siguiente edición del Máster en Retail y en la publicación de un extracto del TFG en el libro que edita anualmente la Cátedra.

Este premio fue convocado el 19 de marzo de 2024 para los TFG presentados durante el curso académico 2022/2023 y 2023/2024 (hasta el día 31 de julio de 2024). El plazo de presentación de solicitudes estuvo abierto hasta el día 31 de julio de 2024.

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

CONVOCATORIA

PREMIO AL TRABAJO FIN DE GRADO EN MATERIAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y RETAIL



Se presentaron un total de tres candidaturas:

Dña. Sara Domínguez Torres

"Predicción de la satisfacción del consumidor en el sector alimentario mediante Redes Neuronales Artificiales"
Universidad de Santiago de Compostela

Dña. Andrea Gimeno Mocé

"Comportamiento del consumidor ante el uso de robots de servicio en el sector del retail"
Universidad de Zaragoza

D. Pablo Queipo Cordón

"La omnicanalidad en el retail: el futuro del sector deportivo"
Universidad de Oviedo

Por resolución de la Comisión de Valoración, reunida el 5 de agosto de 2024, el trabajo ganador en esta ocasión ha sido el presentado por **Dña. Andrea Gimeno Mocé**, procedente de la Universidad de Zaragoza y tutelado por el profesor **D. Luis Vicente Casaló Ariño**, en el que se analiza la opinión de los consumidores sobre el uso de robots de servicio en el sector retail, sus actitudes frente a ellos y para qué tareas emplearlos.

Consejo Asesor de Comercio

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

La **Directora de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial** forma parte como vocal del **Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias**, actuando en representación de la Universidad de Oviedo.

Composición (Ley 9/2010, de 17 de diciembre, de comercio interior)

Presidente

Titular de la Consejería competente en materia de comercio

Vicepresidente

Titular de la Dirección General competente en materia de comercio

Vocales:

- Cuatro en representación de la Administración del Principado de Asturias, designados por el titular de la Consejería competente en materia de comercio
- Cuatro designados por las organizaciones sindicales más representativas
- Tres designados por las organizaciones empresariales más representativas del sector comercial, procurando, en todo caso, asegurar la representación tanto de los autónomos como de las formas de distribución comercial
- Dos en representación de los concejos, designados por la Federación Asturiana de Concejos
- Uno designado por las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación
- Uno en representación de la Universidad de Oviedo, designado por el órgano competente de la Universidad entre especialistas en el campo del comercio
- Uno designado por y entre las asociaciones de consumidores más representativas en el ámbito territorial del Principado de Asturias

Secretario

Un empleado público de la Consejería competente en materia de comercio, designado por su titular, que actuará con voz y sin voto

Funciones (Ley 9/2010, de 17 de diciembre, de comercio interior)

- Informar cuantos anteproyectos de leyes, directrices sectoriales, y demás disposiciones, planes o programas de fomento elabore el Gobierno autonómico relacionados con el sector comercial.
- Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las Administraciones competentes en dicha materia, con excepción de los informes o consultas sobre procedimientos de autorización.
- Elaborar un informe anual sobre la situación comercial del Principado de Asturias.
- Cualquier otra función que se establezca reglamentariamente.

Consejo Asesor de Comercio

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Durante el curso 2023-2024 el Consejo Asesor de Comercio se ha reunido en cuatro ocasiones:



10 de noviembre de 2023

Lugar: Sala de Juntas de la Consejería de Transición Ecológica, Industria y Desarrollo Económico, Plaza de España, nº 1, planta 3ª, Oviedo

Asunto: **Fijación de aperturas comerciales en domingos y festivos para el año 2024**



12 de diciembre de 2023

Lugar: Online a través de MS Teams

Asunto: **Aprobación de propuesta de zonas de gran afluencia turística de Oviedo y Gijón**



24 de junio de 2024

Lugar: Sala de reuniones del EASMU, C/ Antonio Suárez Gutiérrez, 2, planta -1, Oviedo

Asunto: **Análisis del borrador del documento de avance para la revisión de las Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial**



1 de julio de 2024

Lugar: Sala de reuniones del EASMU, C/ Antonio Suárez Gutiérrez, 2, planta -1, Oviedo

Asunto: **Aprobación del documento de avance para la revisión de las Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial**



Cuadro de Mando Retail Abierto

Plataforma/herramienta para la recopilación y presentación en forma de cuadro de mando integral de indicadores clave para las empresas del sector del retail, basados en datos abiertos/disponibles online, permanentemente actualizados, de fuentes confiables y reconocidas.

Con fecha 13 de octubre de 2023 la Fundación Ramón Areces aprobó la financiación de este proyecto, materializado en la firma de un contrato entre la Fundación Ramón Areces y el Grupo Intermark para su implementación.

El proyecto se ha realizado a lo largo del curso 2023-2024 y se han presentado los primeros resultados ante los miembros de la Comisión Mixta de Seguimiento de la Cátedra en julio de 2024.

RETAIL ABIERTO

El cuadro de mando del sector retail en España

El sector en un vistazo	Oferta retail	Estructura de costes	Demanda
<ul style="list-style-type: none">• Producto Interior Bruto• Valor Añadido Bruto• Número de ocupados• Índice de comercio al por menor• Nº de empresas comercio al por menor• Índice de precios al consumidor• Gasto medio por hogar• Índice de confianza empresarial• Índice de confianza al consumidor	<ul style="list-style-type: none">• VAB, ventas y nº empresas• Densidad comercial• Empresas por facturación• Estructura por formatos• Inversión en activos materiales• Comercio online	<ul style="list-style-type: none">• Precios y márgenes• Personal• Transporte• Suministros• Costes financieros• Impuestos y tributos	<ul style="list-style-type: none">• Hogares• Comercio online• Canales de compra

Cuadro de Mando

Retail Abierto

RETAIL ABIERTO

El sector en un vistazo

Oferta retail

Estructura costes

Demanda

VAB, ventas y nº empresas

Empresas por facturación

Estructura por formatos

Densidad comercial

Inversión

Comercio online

Comunidades Autónomas: Actividad principal: Asalariados empresas: Asalariados locales: 2019 2024

Valor añadido bruto

Número de empresas y locales y porcentaje sobre total asalariados

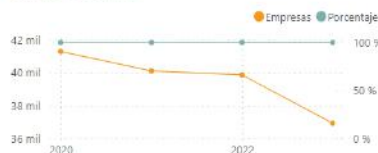
Variación anual nacional del valor añadido bruto



Ver filtros

Ver fuente

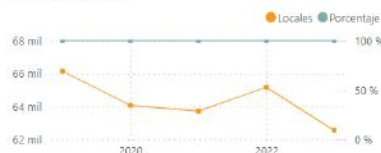
Número de empresas



Ver filtros

Ver fuente

Número de locales



Ver filtros

Ver fuente

Índice de cifra de negocios a precios constantes

Cifra de negocios del Sector Comercio

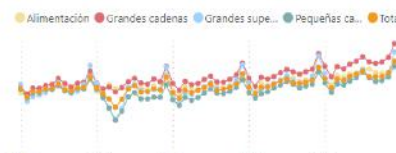


Ver filtros

Ver fuente

Índices de comercio al por menor

Índices de comercio al por menor



Ver filtros

Ver fuente

Cifra de negocios

Estadística estructural de empresas



Ver filtros

Ver fuente

RETAIL ABIERTO

El sector en un vistazo

Oferta retail

Estructura costes

Demanda

Precios y márgenes

Personal

Transporte

Suministros

Costes financieros

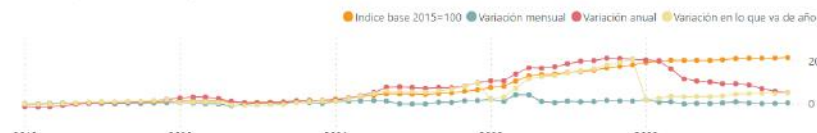
Impuestos y tributos

Comunidades Autónomas: Actividad principal: 2019 2024

Índice de precios industriales

Por divisiones

Índice de precios industriales por divisiones

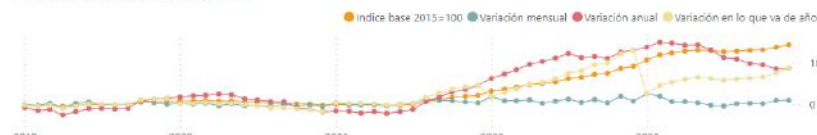


Ver filtros

Ver fuente

Por grupos

Índice de precios industriales por grupos



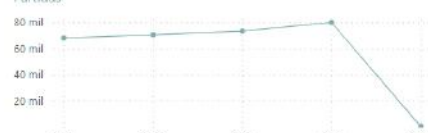
Ver filtros

Ver fuente

Observatorio de márgenes empresariales

Partidas del impuesto de sociedades

Partidas



Fecha

Margen sobre ventas y compras



Fecha

Ver filtros

Ver fuente

Concurso de emprendimiento ECONOEMPRENDE

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

II Concurso de Emprendimiento ECONOEMPRENDE

Colaboración de la Cátedra FRA en la organización junto a la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, la Cátedra de Emprendimiento Caja Rural de Asturias-Universidad de Oviedo y Okticket.

Objetivo

Apoyar a los estudiantes en el desarrollo de sus proyectos empresariales, así como fomentar el espíritu emprendedor y el desarrollo de ideas innovadoras como elementos de progreso



La Facultad de Economía y Empresa organiza:
II CONCURSO DE EMPRENDIMIENTO

ECONOEMPRENDE
PRESENTA TU IDEA DE NEGOCIO

Si es seleccionada, un mentor-emprendedor te ayudará a desarrollarla y presentarla ante un jurado.

PRIMER PREMIO	SEGUNDO PREMIO
► 2.000 € ► Programa de dos meses de incubación en el Camaleón de Rubik	► 1.500 €

Inscripciones individuales o en grupo desde el 5 de diciembre de 2023 hasta el 25 de enero de 2024.



Concurso de emprendimiento ECONOEMPRENDE

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Proyectos participantes en el concurso:

Atlas Experience

Participantes: Óliver Menéndez Suárez e Ignacio José Caamaño Martín

Mentor: Ignacio Nava Fontela. Co-fundador de Jopeful

Onomo

Participantes: Pablo Láiz Fernández; Iván López Gutiérrez; Guillermo Pulido Fernández e Israel Solís Iglesias

Mentor: Pedro Carrillo Herrero. CEO de Genyus School

Simplipay

Participantes: Pablo Sánchez Villafañez y Daniel Enrique Gálvez Neri

Mentor: Norman Suárez González, CEO de Cuicui Studios

Asturtime

Participantes: Laura Villa Belderrain y Alicia Suárez-Zarracina García

Mentor: Sergio Clemente Álvarez. Socio cofundador de SITIVER Brand

SurfinAsturias

Participantes Marcos Fernández González; Antonio García-Bernardo Tartiere y Javier Sampedro Gómez-Morán

Mentor: Roberto Bayón. Mentor de proyectos emprendedores, estrategia y modelo de negocio

Implementación de la Automatización e IA en el Cultivo Hidropónico

Participantes: Pelayo Fernández Bermúdez; Iván Obaya Maestro y Luis Ordóñez Carrandi

Mentor: Francisco Fernández Viesca, Director General en Sociedad para el Desarrollo de las Comarcas Mineras

Asturias Crypto Lab

Participante: Roberto Arvelo

Mentor: Miguel Linera Alperi. Fundador de Silk. Cashback for Rent

Spaceland Fest

Participante: Damián Villalón García

Mentor: Daniel Suárez Sánchez. Fundador y Presidente de Zapiens

Saveshower: Tu Ducha Consciente

Participantes Miguel Suárez Suárez y Javier Maese Álvarez

Mentora: Verónica Álvarez Ayora. Consultora experta en financiación de proyectos empresariales. CEEI Asturias

Tras las presentaciones de los proyectos, **Darío Méndez Fernández, Cofundador de El Tenedor**, impartió la conferencia titulada "*Bienvenidos al maravilloso mundo del emprendimiento*".

Concurso de emprendimiento ECONOEMPRENDE

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Los ganadores han sido:

Primer premio dotado de 2000 euros y dos meses de incubación en El Camaleón de Rubik

Pelayo Fernández Bermúdez, Ivan Obaya Maestro y Luis Ordoñez Carrandi

Implementación de la automatización e IA en el cultivo hidropónico

Segundo premio, dotado de 1500 euros

Marcos Fernández González, Antonio García-Bernardo Tartiere y Javier Sampedro Gómez-Morán

SURFINASTURIAS



Nuevos proyectos a desarrollar

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



#Conocimiento Retail

Servicio de información sobre el comercio.

Engloba la iniciativa de “Cuadro de Mando Retail Abierto” + ampliaciones con otras fuentes de datos + otros servicios de monitorización del comercio.



Neuro Science Retail Lab Cátedra Fundación Ramón Areces

Laboratorio de investigación en comportamiento del consumidor basado en herramientas de neurociencia y de realidad virtual/aumentada (gafas de realidad virtual/aumentada + herramientas de neuromarketing (eyetracking, casco EEG, facial reader).

Localización

Aula puesta a disposición por la Facultad de Economía y Empresa.

Objetivos

- Para profesores/investigadores: Desarrollo de trabajos de investigación en el ámbito de la economía y la empresa utilizando métodos procedentes de las neurociencias.
- Para estudiantes: Fomentar el conocimiento de las técnicas de neurociencia a nivel profesional y su uso actual en estudios de investigación de mercados, Aplicación especial para el Máster de Formación Permanente en Retail.
- Para el sector retail: Desarrollo de estudios concretos para empresas del sector retail + Cursos de formación en técnicas de neuromarketing.

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

