



Universidad de Oviedo



INFORME ANUAL

2024/25

CÁTEDRA **FUNDACIÓN**
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

UNA PUERTA ABIERTA
a la colaboración

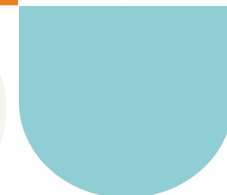
Localización y contacto

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



@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



Máster en Retail
Otros cursos de formación
...

Formación de postgrado

¿QUÉ HACEMOS?



Jornadas científicas
Proyectos de investigación
Seminarios
...

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



Conferencias
Talleres
Observatorio
Colecciones
Innovación
...

Nuestra meta

Promover la excelencia del sector retail



Universidad de Oviedo



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 2024-2025
- 57 Actividades de formación 2024-2025
- 79 Actividades de investigación 2024-2025
- 91 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) a lo largo del curso 2024-2025. La presentación se estructurará en torno a los tres ejes que constituyen su razón de ser (**transferencia de conocimiento, formación e investigación**), dedicándose una sección específica a cada uno de ellos.

La renovación en mayo de 2024 del convenio de colaboración que regula el funcionamiento de la Cátedra FRA ha traído consigo un aumento significativo del presupuesto ordinario proporcionado por la Fundación Ramón Areces, que ha pasado de 100.000 euros a 150.000 euros anuales. Este incremento, junto con el resto de aportaciones adicionales que realiza la Fundación Ramón Areces (materializadas en 15 ayudas de matrícula de 3.000 euros cada una destinadas al Máster de Formación Permanente en Retail, el abono de los honorarios percibidos por dos ponentes extranjeros o las invitaciones para asistir a los actos de la Fundación Ramón Areces, entre otras), ha permitido a la Cátedra FRA ampliar de manera notable el alcance de sus actividades, ya sea emprendiendo nuevas iniciativas o potenciando las ya existentes.

Así, por lo que atañe a las principales novedades vinculadas con la **transferencia de conocimiento**, cabe destacar que se ha invertido en nuevas funcionalidades para el "*Cuadro de Mando Retail Abierto*" que posibilitan la visualización georreferenciada de tiendas en España y el análisis de densidad comercial/ejes comerciales por municipio (diferenciando por tipos de productos). La herramienta, pensada como un servicio de información para el ecosistema del retail, ha pasado a estar disponible para su consulta en abierto a través de la página web de la Cátedra FRA.

En materia de **formación** se ha seguido potenciando la diferenciación del *Máster de Formación Permanente en Retail*. Se pueden resaltar dos nuevas propuestas de valor. La primera ha consistido en la organización de un viaje a Milán (Italia) con un programa de dos días destinado a que los alumnos/as pudieran conocer la experiencia que implica la comercialización de productos de moda de lujo. La segunda ha venido de la mano de la invitación cursada a los estudiantes por la Fundación Ramón Areces para asistir al acto "*Nobel Prize Conversations: Our Future with AI*" en Madrid.

El carácter innovador de esta formación ha llevado a que el Máster haya sido reconocido por la Asociación Española de Retail como la mejor "investigación o proyecto académico" en la edición de premios que otorga todos los años y que se celebró en Madrid en noviembre de 2024.

En cuanto al ámbito de la **investigación**, este curso se ha dotado a la Universidad de Oviedo de un laboratorio de investigación en comportamiento del consumidor basado en herramientas de neurociencia ("*Neuro Science Retail Lab Cátedra FRA*"), ubicado en el despacho de la Cátedra FRA.

La Cátedra FRA : 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 y la Fundación Ramón Areces. El convenio ha sido 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



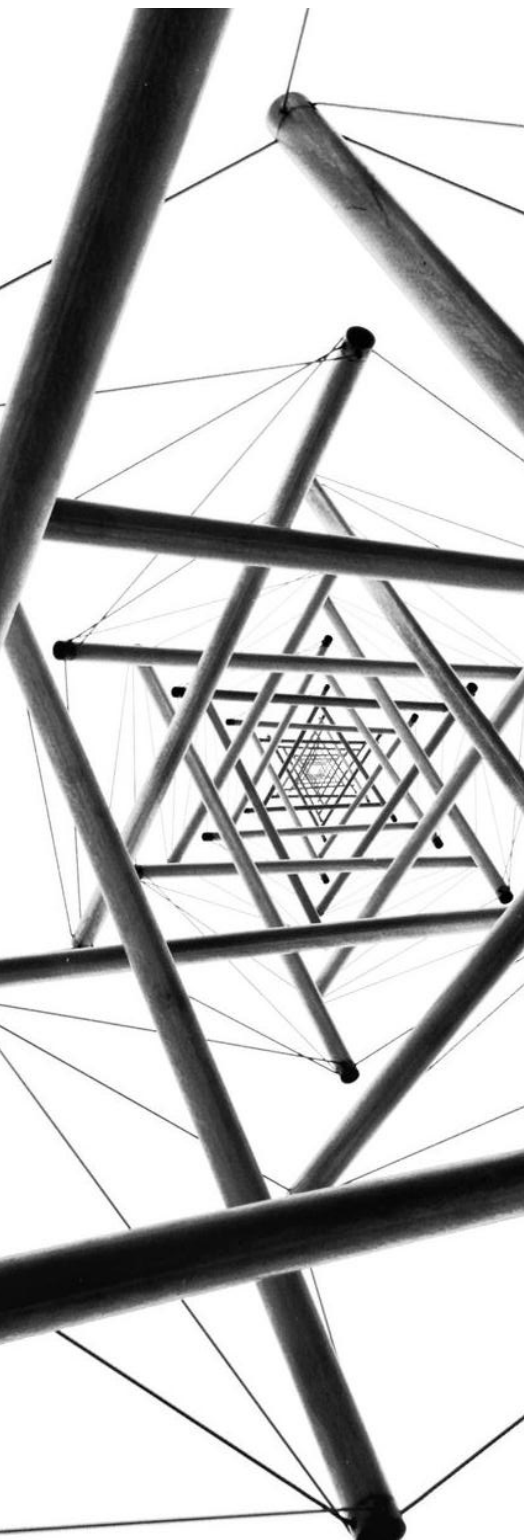
Nuestra visión | Convertirse en un referente y un foro de colaboración para todas las personas y organizaciones, públicas y privadas, interesadas en el sector retail



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 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 y 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 un Curso de Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial y/o un Máster de Formación Permanente en Retail 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 (Codirector)
Profesor Titular de Derecho Civil de 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 de 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 de Comercialización e Investigación de Mercados.
Universidad de Oviedo

D. Eduardo GONZÁLEZ FIDALGO

Catedrático de 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 (Codirector)

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. Ana SUÁREZ VÁZQUEZ

Catedrática 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. Ricardo CURTO RODRÍGUEZ

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

D. Ignacio FERNÁNDEZ CHACÓN

Profesor Titular de Derecho Civil. Universidad de Oviedo

Equipo de colaboradores

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Dña. María Eugenia FERNÁNDEZ MOYA

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

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

D. Eduardo A. DEL VALLE TUERO

Profesor Permanente Laboral 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: Dña. Laura Sofía BENTO DA SILVA

Actividades de transferencia 24-25



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	Jornadas y conferencias	17
2	Página web y redes sociales	39
3	Colecciones	46
	▪ <i>Documentos de trabajo DOCFRADIS</i>	46
	▪ <i>Libro Reunión Científica 2024</i>	49
	▪ <i>Retail Insights</i>	53
4	Cuadro de Mando Retail Abierto	54



Universidad de Oviedo

Actividades de transferencia 24-25



MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ
EDUARDO ESTRADA AZCONA
CELINA GONZÁLEZ MIERES
LUIS IGNACIO ÁLVAREZ GONZÁLEZ
(coordinadores)

DESDE EL CONSUMIDOR HASTA LA ESTRATEGIA

Marketing y Sostenibilidad en la Encrucijada del Cambio

2024



CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
UNIVERSIDAD DE OVIEDO

www.catedrafundacionarecesdeoviedo.es

**CÁTEDRA
FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

www.catedrafundacionarecesdeoviedo.es

23.05.2025

**Retail Insights con Begoña
Arancibia - Experta en Redes
Sociales**

BEGOÑA ARANCIBIA

DATA ANALYTICS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Inauguración 10.00H
D. Jesús Collado Agudo
Decano Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Universidad de Cantabria
D. Rosendo Ruiz Pérez
Director General de Comercio y Consumo, Gobierno de
Cantabria
D. María José Sanzo Pérez
Directora Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución
Comercial, Universidad de Oviedo

D. Alberto Monge 10.15H
CTO Los Datos Solares
Conferencia: "Tecnologías emergentes de Data
Analytics y Business Intelligence para el sector de
la distribución comercial"

D. Víctor Difiore Somolinos 17.00H
Manager BI El Corte Inglés
Conferencia: "Datos reales, impacto real: la
revolución del BI"

Mesa redonda 17.45H
Moderador: D. Ángel Herrero Crespo
"La importancia de la información para la gestión
del sector comercial en la era del dato y la IA"

5 diciembre 2024
Sala Guillermo Gómez Laá
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Cantabria

UC | Universidad de Cantabria | **El Corte Inglés** | **lis**



DOCFRADIS 03/2026



**PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD
INTELLECTUAL E INDUSTRIAL ANTE LA
FALSIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE
LUJO: RETOS Y DESAFÍOS JURÍDICOS**

Por: Fuensanta Ortiz García, Javier García Amezcua

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Conferencia plenaria XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024

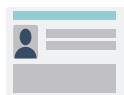
Strategically leveraging generative (Gen) AI for ROI



13 de septiembre de 2024



Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca



Profesor Venkaresh Shankar. Brierley Endowed Professor of Marketing and Academic Director of Brierley Institute for Customer Engagement at SMU Cox School of Business, USA



Venkatesh (Venky) Shankar · 2°
Brierley Endowed Professor | Academic Director | RETHINK Retail Top Retail Influencer | MASB Advisory Council Chair | Keynote Speaker | Author

 SMU Cox School of Business
 Northwestern University - Kellogg School of...



XXXV Congreso Internacional
de Marketing | Cuenca, 2024

11 - 13 septiembre

Jornadas y conferencias



El profesor Shankar ofrece una guía integral sobre la forma en que las empresas pueden utilizar la inteligencia artificial generativa (IA Gen) para aumentar el retorno de la inversión (ROI).

Comienza reflexionando sobre los beneficios de la IA Gen y el uso que los profesionales de marketing están haciendo de esta herramienta, centrados en la creación de contenido, la segmentación de mercados, la personalización de la experiencia del cliente y el soporte automatizado al cliente.



"Las empresas que invierten en IA experimentan un aumento de ingresos del 3-15% y un aumento en el ROI de ventas del 10-20% (McKinsey)"

Soporte del consumidor:

Ofrece recomendaciones personalizadas basadas en el historial de navegación y transacciones (Chatbots), capacidades multilingües, soporte de voz con IA para gestionar conversaciones telefónicas, interacción con compradores en redes sociales para mantener la presencia de la marca y correos electrónicos automatizados para abordar rápidamente problemas comunes.

La parte final de la ponencia aborda la posible evolución de esta tecnología (con proyecciones que apuntan a que dominará aún más en sectores como la atención al cliente, el marketing y el desarrollo de productos), así como el impacto de las diferentes las iniciativas legislativas que buscan regular el desarrollo y uso responsable de la IA.

Creación de contenido:

El 85% de los usuarios de IA en marketing emplean la IA para personalizar contenido.

Segmentación:

Analiza grandes cantidades de datos de clientes, facilita un uso eficiente de los recursos y permite descubrir nuevos segmentos.

Personalización:

Personaliza el contenido y diseño de productos, crea recorridos personalizados para los clientes y realiza recomendaciones individualizadas.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Jornada del Ciclo Retail Abierto

"De compras y viajes. Cuando el turismo y el comercio se encuentran"

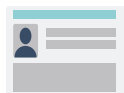
En colaboración con la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias y la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos" de la Universidad de Oviedo



30 de septiembre de 2024



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



Mesa redonda: "El comercio como nuevo producto turístico"

Dña. Carmen Moreno Llanea (Gerente de la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias)

Dña. Sara Menéndez García (Presidenta de la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias)

D. Daniel Martínez Junquera (Director de Visita Gijón)

D. Ignacio del Río Herrero (Presidente de la Asociación de Comercio de Oviedo)



Número de personas inscritas

112

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

**RETAIL
ABIERTO
24/25**

De compras y viajes

Cuando el turismo y el comercio se encuentran

30 SEPT

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

PARTE I	Inauguración 10:15
LEVI PÉREZ CARCEDO Decano de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos	
EDUARDO ESTRADA ALONSO Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial	
DANIEL MARTÍNEZ JUNQUERA Director de Visita Gijón	
JUAN CARLOS SAN PEDRO VELEDO Vicerrector de Planificación Estratégica y de Coordinación de Campus	
ÁNGEL ALBA BARETTINO TFG: Turismo quejero en Asturias	Presentación 10:30 de Trabajos Fin de Estudios
LUIS ENRIQUE PEÑA HERNÁNDEZ TFM: Implicación de la tecnología en el concepto de Gijón a través de una herramienta digital para el viajero	Conferencia 11:00
JOSÉ PABLO GARCÍA BÁEZ Director IATI Academy Atomarpomundo. Caso de éxito. Monetización y marketing de influencia en el sector travel	Pausa café 12:30
PARTE II	Mesa redonda 12:45
El comercio minorista como producto turístico	
CARMEN MORENO LLANEZA Gerente Unión de Comerciantes Principado de Asturias	
DANIEL MARTÍNEZ JUNQUERA Director de Visita Gijón	
SARA MENÉNDEZ GARCÍA Presidenta Unión de Comerciantes del Principado de Asturias	
NACHO DEL RÍO HERNERO Presidente de la Asociación de Comercio de Oviedo	
COORDINACIÓN	
Levi Pérez Carcedo, Cristina López Guerra, Begoña Álvarez Álvarez y Eduardo Estrada Alonso del Vicerrectorado de Oviedo	
Carmen Moreno Llaneza Gerente Unión de Comerciantes Principado de Asturias	

FRF FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

UC UNIÓN DE COMERCIANTES Principado de Asturias

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

Mesa redonda

"El comercio como nuevo producto turístico"

"Es vital que el sector turístico y el comercio colaboren, así como que se integren con las ciudades para facilitar el diseño de estrategias público-privadas que beneficien a todos los actores involucrados"

La intervención de Carmen Moreno tuvo un rol moderador, pero también se encargó de contextualizar el tema. Señaló que, actualmente, la compra en comercios no figura como un motivo principal para visitar Asturias. Esto plantea la pregunta de si se está haciendo algo mal. También destacó que los turistas no conocen la oferta comercial disponible.

Además, el comercio no está considerado como un producto turístico de la región. Aunque se menciona en la Estrategia 2020-2030 del Principado de Asturias, no se incluye en la promoción turística. Por ello, Moreno propone desarrollar estrategias comerciales específicas, crear productos dirigidos a nichos de mercado y detectar oportunidades.

La Unión de Comerciantes del Principado de Asturias ha lanzado la iniciativa "Comercios de Asturias" con el objetivo de acreditar a aquellos comercios que trabajen enfocados en la mejora continua. Para ello, han establecido diversos requisitos para su certificación. Es un proyecto ambicioso, en el que se han analizado mercados, demanda y oferta, y se han definido contenidos relacionados con el producto y la comunicación.

Durante la conversación también se abordó la cuestión de la "turismofobia". Desde la perspectiva del comercio, se considera que la masificación no es un problema compartido, pero se enfatiza la importancia de crecer de manera sostenible, asegurando que el turismo aporte valor. Es fundamental centrarse en segmentos clave, como el turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos). Paralelamente, el comercio debe trabajar en estrategias de captación, como la mejora del punto de venta, el merchandising, los escaparates y la variedad de productos. La atención al cliente es crucial, con el objetivo de fidelizar tanto a los turistas como a los compradores locales, creando una experiencia 360° donde "ir de tiendas" sea una actividad divertida, auténtica y centrada en productos locales.

Aunque el comercio local enfrenta una fuerte competencia de las tiendas online y los marketplaces, también puede competir en el canal online posicionándose estratégicamente, mientras paralelamente elabora guías comerciales disponibles en alojamientos turísticos.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

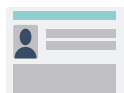
"Buenas prácticas en materia de prevención del desperdicio alimentario"



13 de noviembre de 2024



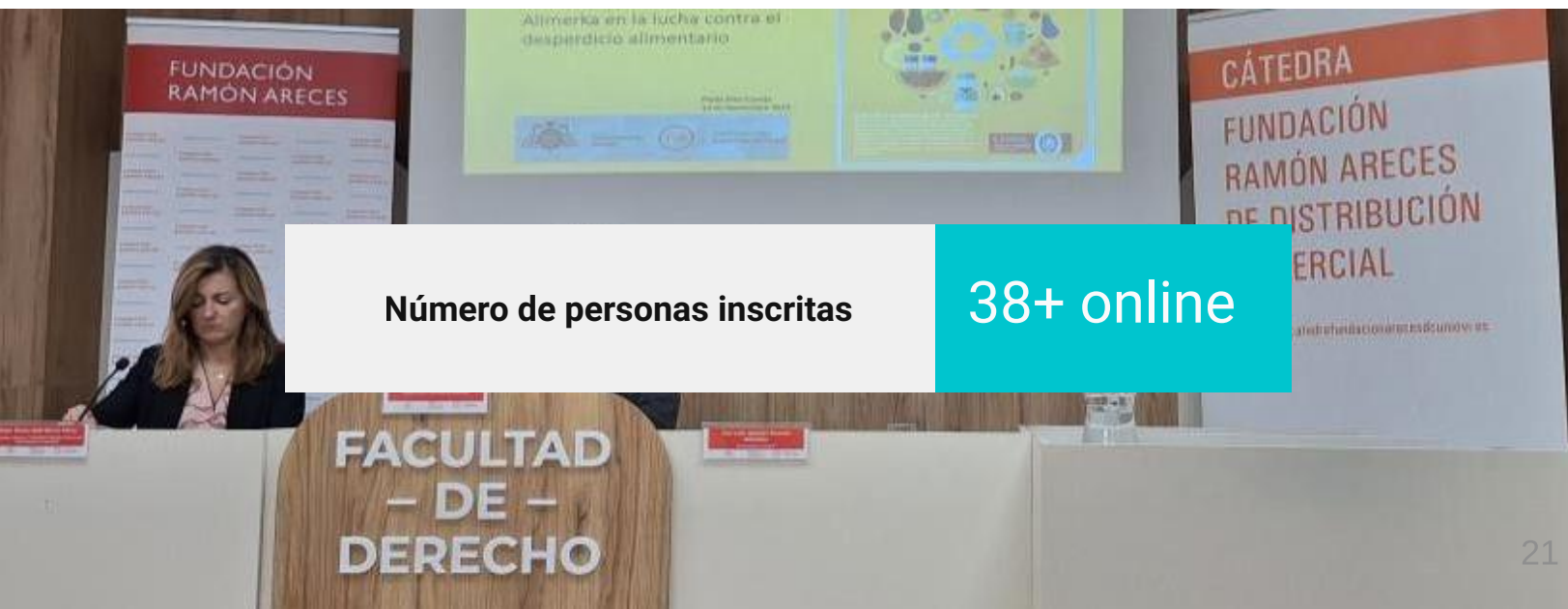
Facultad de Derecho, Oviedo + Online



Ponente:

Dña. Paula Díaz-Caneja

Responsable de Calidad y Sostenibilidad del Grupo Alimerka



Número de personas inscritas

38+ online

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Dña. Paula Díaz-Caneja
Responsable de Calidad y
Sostenibilidad del grupo Alimerka

"La experiencia del Grupo Alimerka en la lucha contra el desperdicio alimentario"

Tras una breve descripción de la compañía, la ponente trasladó a la audiencia que en Alimerka se gestiona el desperdicio alimentario de manera transversal, con visión global de empresa y desde diferentes enfoques: (1) *enfoque social*, principalmente a través de la Fundación Alimerka; (2) *enfoque de seguridad alimentaria y calidad*; (3) *enfoque de cumplimiento normativo*; (4) *enfoque de medio ambiente*; (5) *verificación externa del proyecto* a través del certificado de Bureau Veritas; y (5) *acción de formación, sensibilización y comunicación*.

En lo que respecta al enfoque social, el protagonismo recae en la Fundación Alimerka, creada en 2004 con cuatro líneas de trabajo principales: acción social, asistencia alimentaria, salud y Premios Luis Noé Fernández. La charla se adentró en describir el programa "*Alimentos sin Desperdicio*", del que se benefician 75 entidades sociales por un montante de 1.147 toneladas, a lo que habría que sumar el excedente generado en la plataforma logística del grupo.

Adoptando el segundo de los enfoques, la ponente destacó como prioridad que la donación sea segura desde el punto de vista de la seguridad alimentaria. Para ello resulta fundamental regular las condiciones de temperatura, de conservación de los productos y de vida útil de los mismos.

El tercer eje de análisis llevó al enfoque normativo de la temática de la jornada y, en concreto, al "*Proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario*".

El cuarto de los enfoques se centra en el ámbito medioambiental, implementado por el afán desde 2017 de estimar la huella de carbono del Grupo Alimerka.

Por último, se hizo mención a la importancia que otorga el grupo a la verificación externa del programa a través del Certificado de Bureau Veritas, así como a las acciones de formación, sensibilización y comunicación en RRSS.

The poster is for a conference titled "BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE PREVENCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO". It is organized by the "CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL". The event is part of a "RETAIL ABIERTO" series on "24/25". It will take place on "13 NOV" at "12.15h Sala de Grados, Edificio Campomanes, Facultad de Derecho, Universidad de Oviedo". The poster lists three sessions: 1. "Inauguración y bienvenida" at 12.15H by Javier G. Fernández Trapielo (Decano de la Facultad de Derecho) and María José Sanzo Pérez (Directora de la Cátedra FRA de Distribución Comercial). 2. "Presentación y estado de la cuestión" at 12.45H by Luis Ignacio Álvarez González (Miembro de la Cátedra FRA). 3. "La experiencia del Grupo Alimerka en la lucha contra el desperdicio alimentario" at 13.00H by Paula Díaz-Caneja (Responsable de calidad y sostenibilidad del grupo Alimerka). There is a QR code and a note "Apuntate aquí" (Sign up here). Logos for the organizing institutions and the Fundación Ramón Areces are at the bottom.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Del dato ... al infinito y más allá ¿Puede el análisis de datos y la IA llevar el retail a una nueva dimensión?"

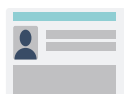
En colaboración con la Cátedra MERKLE de Ciencia de Datos y Marketing de la Universidad de Oviedo



15 de noviembre de 2024



Escuela Politécnica de Ingeniería, Gijón



Mesa redonda:

D. Álvaro Rol (Insights Leader en Ikea Ibérica)

Dña. Melanie Calero Sánchez (Business Insights Director de El Corte Inglés)

Dña. Silvia de León (Global Omnichannel & eCommerce Director en LOEWE)

D. Víctor Iglesias Argüelles (Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo).



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



MESA REDONDA

Del dato... al infinito y más allá.
¿Pueden el análisis de datos y la IA llevar el *retail* a una nueva dimensión?

Participan

- **Álvaro Rol**, Insights Leader en IKEA Ibérica.
- **Melanie Calero Sánchez**, Business Insights Director de El Corte Inglés.
- **Silvia de León**, Global Omnichannel & eCommerce Director en LOEWE (en remoto).
- **Victor Iglesias**, Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo.

15 noviembre | 12:15 - 14:00 h
SALÓN DE ACTOS DEL EDIFICIO POLIVALENTE (EPI)

INSCRIPCIONES



Organizan:

EPIUC
Escuela Politécnica de Ingeniería de la Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Cátedra MERKLE de
Ciencia de Datos y Marketing

La jornada se celebró en la Escuela Politécnica de Gijón y contó con ponentes destacados de El Corte Inglés, LOEWE, IKEA Ibérica y la Universidad de Oviedo. Estuvo moderada por una de las profesoras del área de Comercialización e Investigación de Mercados, Dña Nuria Viejo Fernández, y en ella se debatieron temas relacionados con la transformación digital y la innovación en el sector detallista.

En concreto, la mesa redonda giró en torno a cómo impactan la IA y el *big data* en la mejora de los procesos de negocio del retail y de la relación con el cliente, así como el papel que tiene la universidad en la formación de los futuros profesionales del sector.

Los participantes destacaron la relevancia del estudio del dato y la IA como facilitadores para conocer en profundidad al cliente y poner en marcha iniciativas que conecten a la empresa con los consumidores y personalicen todo lo posible la oferta.

La intervención de Melanie Calero Sánchez destacó la importancia de contar dentro de los retailers con equipos interdisciplinares para que haya un análisis de los datos en profundidad y desde distintas perspectivas, procedentes del *feedback* de todos los puntos de contacto, físicos y virtuales.

Por su parte, Silvia de León Torres, representante de LOEWE, destacó que el grado de adopción y explotación de las nuevas tecnologías es, en general, más limitado en el sector del lujo en comparación con el retail de gran consumo. Esta diferencia responde a características propias del sector, como un menor volumen de clientes y unidades vendidas, y una fuerte apuesta por el valor artesanal, la exclusividad del producto y el cuidado de la imagen de marca. El dato en las firmas de lujo está orientado principalmente a conocer en profundidad a un cliente con alto poder adquisitivo y un comportamiento de compra itinerante.

Álvaro Rol explicó cómo la tecnología está impulsando una transformación profunda en el modelo de negocio de IKEA, tanto en el canal online como en el entorno físico, haciendo hincapié en la importancia de la omnicanalidad como una realidad consolidada entre los clientes de IKEA.

Finalmente, Víctor Iglesias Argüelles subrayó el compromiso de la Universidad de Oviedo con la formación en análisis de datos como herramienta clave integrada de forma transversal en numerosos grados y asignaturas.

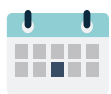
Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Data analytics en el sector de la distribución comercial"

En colaboración con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria



5 de diciembre de 2024



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



Ponentes:

D. Alberto MONGE

CTO de LIS Data Solutions ES | Data for Change

D. Víctor Diñeiro Somolinos

Manager BI de El Corte Inglés

Mesa redonda *"La importancia de la información para la gestión del sector comercial en la era del dato y la IA"*. Modera: D. Ángel Herrero Crespo



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



DATA ANALYTICS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL



Inauguración 16.00H

D. Jesús Collado Agudo
Decano Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Universidad de Cantabria
D. Rosendo Ruiz Pérez
Director General de Comercio y Consumo, Gobierno de
Cantabria
D. María José Sanzo Pérez
Directora Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución
Comercial, Universidad de Oviedo

D. Alberto Monge 16.15H

CTO Lis Data Solutions
Conferencia "Tecnologías emergentes de Data
Analytics y Business Intelligence para el sector de
la distribución comercial"

D. Víctor Diñeiro Somolinos 17.00H

Manager BI El Corte Inglés
Conferencia "Datos reales, impacto real: la
revolución del BI"

Mesa redonda 17.45H

Moderador: D. Ángel Herrero Crespo
"La importancia de la información para la gestión
del sector comercial en la era del dato y la IA"

5 diciembre 2024

Sala Guillermo Gómez Laá
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Cantabria



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

UC | Universidad
de Cantabria

El Corte Inglés

lis data
solutions

D. Alberto MONGE
CTO de LIS Data Solutions ES | Data for
Change

*"Tecnologías emergentes de Data Analytics y
Business Intelligence para el sector de la
distribución comercial"*

El ponente destacó la importancia de trabajar todo el ciclo de vida del dato —desde su gobernanza y almacenamiento hasta su visualización y explotación analítica.

En la presentación, Alberto Monge identificó retos clave para el sector como la evolución del consumidor, la presión competitiva, la complejidad de la cadena de suministro y el ritmo de cambio constante. Frente a esto, se destacan tecnologías emergentes como el análisis predictivo con machine learning, el Business Intelligence en tiempo real y el uso intensivo de datos para personalizar la experiencia del cliente.

De cara al futuro, se prevé una creciente hiperpersonalización de la analítica de datos, así como un enfoque en la sostenibilidad, impulsado tanto por la regulación como por las demandas de los consumidores.

D. Víctor Diñeiro Somolinos
Manager BI de El Corte Inglés

"Datos reales, impacto real: La revolución del BI"



En esta conferencia se abordó la evolución y el impacto del Business Intelligence (BI) dentro de El Corte Inglés (ECI), y en particular las funciones del equipo de Data & Analytics de ECI, donde se trabaja con un enfoque estructurado y transversal que integra inteligencia artificial, ingeniería de datos y BI.

Víctor Diñeiro subrayó la distinción entre BI y Analytics: mientras que el BI se centra en entender qué pasó y por qué, con un enfoque descriptivo dirigido a analistas y ejecutivos, el Analytics se orienta a predecir lo que ocurrirá y sugerir acciones, apoyándose en modelos predictivos y herramientas como SAS o Spark. Entre las herramientas corporativas más utilizadas se mencionó Power BI, Qlik y MicroStrategy. La metodología de trabajo parte de una necesidad detectada por un área del negocio (como RRHH o logística), que es posteriormente refinada, priorizada y ejecutada por el equipo de BI. Finalmente, remarcó el compromiso del área con la mejora continua y la formación en herramientas BI, programación e idiomas como elementos clave para el desarrollo profesional en este entorno cada vez más orientado al dato.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Consumo con conciencia: El éxito de las empresas con propósito"

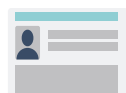
En colaboración con el Observatorio de Producción Local y Consumo Sostenible



11 de febrero de 2025



Online a través de la plataforma Meet



Ponentes:

D. Juan Brill

B Corp Certification Coordinator de B Lab Spain

D. Federico Sainz de Robles

Fundador & CEO Sepiia

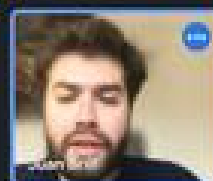
B Lab & el Movimiento B Corp



B Lab Spain: el equipo detrás del movimiento en España

A través del movimiento B Corp, B Lab impulsa un movimiento global de personas que busca generar un cambio sistémico para construir un modelo económico equitativo, inclusivo y regenerativo para todas las personas y el planeta.

Para ello, impulsa la adopción de estándares para gestionar el impacto social de las empresas, las certifica e involucra en este sentido, y promueve políticas públicas para estimular el desarrollo de empresas con propósito.



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



D. Juan Brill
B Corp Certification Coordinator de B Lab Spain

"Movimiento B Corp: Transformando el éxito de la economía"



Juan Brill nos acercó a B Lab, una organización sin ánimo de lucro que persigue transformar la economía para beneficiar a todas las personas y al planeta. A través del movimiento B Corp, B Lab impulsa un movimiento global de personas que busca generar un cambio sistémico, para construir un modelo económico equitativo, inclusivo y regenerativo. En la actualidad, B Corp engloba a más de 9.000 organizaciones certificadas a nivel mundial y más de 280 en España.

La estrategia global de B Lab se apoya sobre cinco pilares: (1) desarrollo de estándares para gestionar el impacto de las empresas a través de la herramienta de Evaluación de Impacto B (EIB), que permite medir el desempeño social y ambiental; (2) certificación de empresas para mejorar su impacto; (3) comunicación del rol de la empresa como agente de cambio positivo; (4) promoción de políticas públicas para estimular el desarrollo de empresas con propósito (Ley de Sociedades de Beneficio e Interés Común-SBIC) y (5) desarrollo de una red local, regional y global de comunidades por el cambio.

D. Federico Sainz de Robles
Fundador & CEO Sepiia

"Moda inteligente diseñada para la vida y el planeta"



Federico Sainz comenzó su intervención explicando cómo surgió su empresa a través de Lanzadera (la aceleradora e incubadora de empresas impulsada por Juan Roig en Valencia). La idea era aplicar nuevos materiales y tecnologías a las prendas para que tuvieran una mejor funcionalidad. Así, Sepiia nació en 2016 con 3 premisas: (1) prendas que requirieran los mínimos cuidados posibles (antimanchas, transpirables, no se arrugan), (2) que aportaran el máximo confort y (3) reduciendo al máximo el impacto ambiental y social. El propósito de Sepiia es ser una marca de referencia de productos funcionales, sostenibles y éticos, que hagan sentir bien a las personas por dentro y por fuera generando un impacto positivo.

Entre los principales hitos de la compañía se podrían destacar su primera producción masiva y salida al mercado en 2019; la apertura de la primera tienda en Madrid y la certificación como empresa B Corp en 2021; o la incorporación de nueva tecnología y la comercialización de sus prendas en El Corte Inglés en 2024.

Jornadas y conferencias

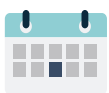
CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Consumer protection and privacy in the digital age: A comparative legal approach"

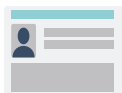
En colaboración con la Universitat Pompeu Fabra



26 de febrero de 2025



Online a través de la plataforma Microsoft Teams



Ponente:

Dña. Florencia Marotta-Wurgler

Catedrática de Derecho y Co-Directora del Centro de Derecho, Economía y Organización de New York University

Relatora:

Dña. Mireia Artigot Golobardes

Investigadora Ramón y Cajal, Universitat Pompeu Fabra



Número de personas inscritas

110

Florencia Marotta-Wurgler · 3er

Boxer Family Professor Law at New York University School of Law

Nueva York, Nueva York, Estados Unidos · [Información de contacto](#)



New York University School of Law



University of Pennsylvania

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

RETAIL ABIERTO 24/25

CONSUMER PROTECTION AND PRIVACY IN THE DIGITAL AGE:
A Comparative Legal Approach

February 26, 2025
online seminar
15:00-17:00 CET

OPEN INSCRIPTIONS
[CLICK HERE](#)

Welcome and Introduction
Ignacio Fernández Chacón
University of Oviedo

Conference
Florencia Marotta-Wurgler
Professor of Law and Co-Director of the Center for Law, Economics, and Organization New York University

Discussant
Mireia Artigot Golobardes
Ramón y Cajal Researcher, Universitat Pompeu Fabra

Direction and coordination
María José Sanzo Pérez, Eduardo Estrada Alonso -
Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial
Fernando Gómez Pomar, Mireia Artigot Golobardes -
Universitat Pompeu Fabra
Ignacio Fernández Chacón, Clara Gago Simarro -
Universidad de Oviedo

IC Consumers: Protecting Consumers in Digital Platforms (PID2021-127358NA-I00)
Contractual and non-contractual liability of online platforms (PID2021-126354OB-I00)
Los retos de la inteligencia artificial para el Estado social y democrático de Derecho (PID2022-136548NB-I00)
Inteligencia artificial, sistemas de decisión automatizada y justicia, CHG2023-145043 MICHAEL/170-13039/501100011033

Dña. Florencia Marotta-Wurgler
Catedrática de Derecho
Co-Directora del Centro de Derecho,
Economía y Organización de New York
University

A lo largo de su ponencia la Profesora Marotta-Wurgler destacó que su estudio, en coautoría con el Profesor Kevin E. Davis, parte de la constatación de que el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), introducido por la Unión Europea en mayo de 2018, no solo redefinió las obligaciones de transparencia y consentimiento para las empresas que tratan datos de residentes europeos, sino que también desencadenó un *spillover* regulatorio en territorio estadounidense, donde el régimen vigente se basa principalmente en la notificación y la opción de exclusión. Para evaluar este efecto, los autores codificaron manualmente las políticas de privacidad de 177 compañías digitales pertenecientes a siete sectores —desde servicios de citas hasta plataformas de *gaming* o prensa especializada—, analizando versiones de sus avisos de 2014 (EE.UU. pre-GDPR), 2018 (EE.UU. post-GDPR) y 2018 en la UE (recolectada en 2020).

Al comparar estas versiones, los autores identificaron 62 términos agrupados en 15 categorías —por ejemplo, cláusulas sobre bases legales, derechos de los interesados o estándares de seguridad— y se establecieron indicadores claros de *spillover*, tales como la mención explícita al GDPR, la aparición de expresiones propias del reglamento (como “delegado de protección de datos”) o la coetaneidad cronológica en la actualización de las políticas justo en mayo de 2018. El hallazgo más llamativo fue que el 75% de las empresas (133 de 177) optó por aplicar idénticas políticas a usuarios de EE.UU. y de la UE, trasladando así de forma íntegra las exigencias europeas a su versión estadounidense. La impronta del GDPR en el Derecho estadounidense se materializó también en un incremento general del cumplimiento promedio de los términos codificados: mientras que en 2014 las políticas estadounidenses alcanzaban un 40% de cumplimiento, esta cifra subió al 43% en 2018.

No obstante, el avance no fue homogéneo. Algunos derechos de costosa implementación, como el de supresión total de datos, mostraron un rezago notable: solo el 65% de las políticas de EE.UU. incorporaba ese derecho frente al 74% en la UE. De igual modo, la obligación de notificar brechas de seguridad, aunque duplicó su presencia de un 4% a un 8%, permaneció marginal en el ámbito estadounidense. Según la ponente, estas asimetrías obedecen a costos operativos y técnicos que penalizan la adopción uniforme de ciertos estándares.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

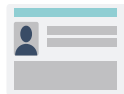
"Inteligencia artificial y humana más unidas que nunca en el Retail"



12 de marzo de 2025



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

230



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



The poster is for a conference titled "Mejora tu comercio: chatbots y algoritmos al servicio del cliente" by Miguel Camacho. It features a blue and orange color scheme with a circuit-like background. The text includes the event date (12 marzo 2025), time (12:30h - 14:00h), and location (Aula Magna, Facultad de Economía y Empresa). It also mentions a workshop "Comenzando a usar la IA en investigación del retail" at 16:30-20:00. Logos for the Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial and the University of Oviedo are present.

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

"Mejora tu comercio: Chatbots y algoritmos al servicio del cliente"

En su intervención, Miguel Camacho explicó la forma en que los datos y la inteligencia artificial (IA) pueden ser útiles tanto para pequeños comercios como para grandes empresas.

Los comercios, incluso los más pequeños, poseen muchos datos valiosos sobre sus productos, sus clientes, su inventario o sus horarios de venta. La clave está en organizarlos y ponerlos al servicio del cliente mediante herramientas accesibles, como catálogos digitales, formularios de contacto, plataformas sociales y *chatbots*.

Miguel Camacho defendió el papel estratégico de los *chatbots*, siempre que estén bien diseñados y basados en arquitecturas como RAG (*Retrieval Augmented Generation*), que permiten ofrecer respuestas con los datos actuales del propio negocio. Los *chatbots* automatizan respuestas que contribuyen a personalizar la atención, recomendando productos, resolviendo dudas y recogiendo información útil para seguir mejorando.

Miguel Camacho propone seis pilares esenciales, basados en un uso inteligente y contextualizado de los datos. El primer pilar implica contar con un catálogo claro y ordenado de productos. El segundo pilar es la escucha activa, que implica recoger datos de diversas fuentes. La segmentación y la recomendación constituyen el tercero y el cuarto. Los dos pilares restantes son la comunicación, entendida como un diálogo apoyado por tecnologías como los *chatbots* bien diseñados, y la comunidad, que amplía el alcance del comercio más allá del entorno local.

La IA no sustituye la intuición ni el trato cercano, sino que los refuerza y potencia la capacidad del comercio para ofrecer experiencias más relevantes y conectar emocionalmente con los clientes

Taller

"Comenzando a usar la IA en investigación del retail"

En el taller se analizaron prácticas para "*prompt engineering*" con openAI, sirviéndose de distintos casos prácticos como ejemplo. También se abordaron las limitaciones de esta herramienta ("alucinaciones", falta de reproducibilidad, problemas de sesgo y privacidad, etc.).

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Participación en la Jornada

"Retos y oportunidades del comercio electrónico en la UE: confianza en el mercado y protección del consumidor"

Organizada por la Cámara de Comercio e Industria de Torrelavega (Cantabria)



27 de marzo de 2025



Cámara de Comercio e Industria de Torrelavega (Cantabria)



Ponentes:

D. Ignacio Fernández Chacón

Profesor Titular de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo

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

D. Jorge Luis Tomillo Urbina

Catedrático del Derecho Mercantil de la Universidad de Cantabria

Grupo de I+D+i de Derecho Mercantil y Protección Jurídica de los Consumidores de la Universidad de Cantabria



Expertos analizan en Cámara Torrelavega los retos y oportunidades del comercio electrónico en la UE

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

D. Ignacio Fernández Chacón
Profesor Titular de Derecho Civil de la
Universidad de Oviedo



"La comercialización de productos y servicios a través de plataformas intermediarias: problemática actual y perspectivas regulatorias de futuro"

Ignacio Fernández Chacón se centró en los vacíos jurídicos actuales y en los escenarios que plantea la futura regulación europea, explorando la compleja arquitectura jurídica que se da en plataformas como Amazon, donde conviven tres actores clave: la propia plataforma, los vendedores profesionales y los consumidores.

"Es fundamental comprender cómo se distribuyen las obligaciones en esa relación triangular y, sobre todo, frente a quién puede dirigirse un consumidor cuando un producto no es conforme o resulta defectuoso"

D. Jorge Luis Tomillo Urbina
Catedrático del Derecho Mercantil de la Universidad de Cantabria



"El marco jurídico del comercio electrónico en la UE: desafíos y perspectivas"

La intervención de Jorge Luis Tomillo Urbina puso el foco en la evolución del marco legal comunitario, con especial atención a la reforma aduanera, la lucha contra las prácticas comerciales desleales y las acciones de vigilancia frente a plataformas digitales.

"Hay una clara intención de armonizar el espacio digital europeo, de exigir responsabilidades a las plataformas y de empoderar al consumidor"



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Jornada del Ciclo Retail Abierto

"Las viviendas de uso turístico a debate: Estado actual y perspectivas de futuro"



22 de abril de 2025



Online a través de la plataforma Microsoft Teams



Ponentes:

D. José María Raya Vílchez (Catedrático de Economía de la Universidad Pompeu Fabra)

"¿Qué nos dice la literatura científica acerca de los impactos de las viviendas de uso turístico en una ciudad?"

Dña. Herminia Campuzano Tomé (Catedrática de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo)

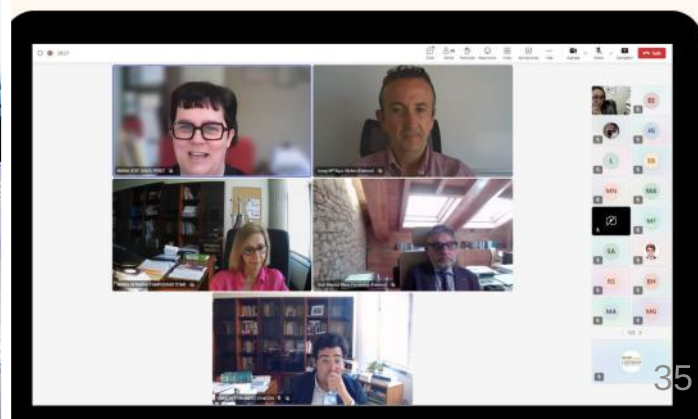
"Evolución jurisprudencial y legislativa de los mecanismos de control de las comunidades de propietarios frente al uso turístico"

D. José Manuel Pérez Fernández (Profesor Titular de Derecho Administrativo de la Universidad de Oviedo)

"La ciudad como espacio al servicio de la ciudadanía: la regulación de las viviendas de uso turístico o el dilema de poner puertas al campo"



"Las viviendas de uso turístico a debate: Estado actual y perspectivas de futuro"



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

SEMINARIO
LAS VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO A DEBATE:
ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

¿Qué nos dice la literatura científica acerca de los impactos de las viviendas de uso turístico en una ciudad?
José María Raya Vílchez
Catedrático de Economía
Universitat Pompeu Fabra

Evolución jurisprudencial y legislativa de los mecanismos de control de las comunidades de propietarios frente al uso turístico
Herminia Campuzano Tomé
Catedrática de Derecho Civil
Universidad de Oviedo

La ciudad como espacio al servicio de la ciudadanía: la regulación de las viviendas de uso turístico o el dilema de poner puertas al campo
José Manuel Pérez Fernández
Profesor Titular de Derecho Administrativo,
Universidad de Oviedo

Martes, 22 de abril
16.00 - 18.30 h.
Seminario online gratuito
[¡Únete directamente aquí!](#)

¡INSCRIBETE AQUÍ!

D. José Manuel Pérez Fernández
(Profesor Titular de Derecho
Administrativo de la Universidad de
Oviedo)

El análisis del Profesor Pérez Fernández se centró en los desafíos de las VUT en el ámbito del régimen de autorizaciones y licencias urbanísticas, la ordenación del uso del suelo, y la coordinación competencial entre los distintos niveles territoriales. La creciente presión social por controlar los efectos de estas viviendas ha impulsado una evolución normativa desigual en el seno de las comunidades autónomas, lo que ha generado fragmentación y problemas de seguridad jurídica.

D. José María Raya Vílchez (Catedrático
de Economía de la Universidad Pompeu
Fabra)

El Profesor Raya Vílchez sistematizó a lo largo de su intervención las externalidades positivas y negativas generadas por las viviendas de uso turístico (VUT), a la luz de la literatura económica y los datos estadísticos existentes en la materia. En particular, destacó que diversos estudios han abordado las externalidades generadas por esta modalidad de alojamiento, tanto en términos positivos como negativos, prestando especial atención a un informe reciente elaborado por la consultora PwC (2024), centrado en la ciudad de Barcelona, en el que se ofrece una visión integral del impacto económico y social de las VUT, que resulta representativa de las dinámicas observadas en otros núcleos urbanos españoles.

Dña. Herminia Campuzano Tomé
(Catedrática de Derecho Civil de la
Universidad de Oviedo)

La Profesora Campuzano Tome reflexionó acerca de cómo las VUT han suscitado una creciente problemática jurídica en el seno de las comunidades de propietarios reguladas por la Ley 49/1960, de 21 de julio, sobre propiedad horizontal (LPH). El conflicto principal reside en la tensión entre el derecho individual del propietario a disponer libremente de su vivienda, incluyendo su explotación turística, y el derecho colectivo de la comunidad a preservar el uso residencial, la tranquilidad y la convivencia vecinal.

La ponente destacó que el régimen de propiedad horizontal ha pasado de la omisión normativa a una creciente intervención comunitaria en el control del uso turístico, lo que supone un giro en el Derecho español hacia una funcionalización del derecho de propiedad y una interpretación expansiva del interés legítimo de las comunidades, en sintonía con el discurso político y cívico actual asociado a las VUT.

Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



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

Conferencia

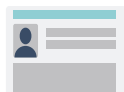
"El trabajo en un mundo de personas y máquinas"



7 de julio de 2025



Paraninfo del Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo



Ponente:

D. Senén Barro Ameneiro

Director del Centro de Investigación en Tecnologías Inteligentes CiTIUS de la Universidad de Santiago de Compostela



Jornadas y conferencias

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

VIII Edición

Acto de Entrega de Diplomas

Máster de Formación Permanente en Retail

Conferencia

**“El trabajo
en un mundo de
personas y máquinas”**



7 de julio de 2025

17:00h - 19:00h

Paraninfo

Edificio Histórico, Universidad de Oviedo

**D. Senén
Barro Ameneiro**

Director Centro de Investigación en Tecnologías Inteligentes
(CITIUS) de la Universidad de Santiago de Compostela

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 Retail"

Aquí se presenta el "Master de Formación Permanente en Retail" y se 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 FRA y que forman parte de su "Ciclo Retail Abierto".

Sección "Publicaciones e investigación"

Esta sección sirve para aportar información sobre las actividades de investigación promovidas por la Cátedra FRA, 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. También forma parte de la misma el observatorio jurídico.

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 "Cuadro de Mando"

Constituye una nueva sección de la página web que permite a los usuarios acceder directamente al contenido del cuadro de mando sobre el sector retail, organizado en tres categorías: (1) cuadro general, (2) mapa de locales comerciales y (3) indicadores o KPIs.

Sección "Actualidad"

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

Página web y redes sociales

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Novedades incorporadas en la página web

En el curso 2024-2025 se han introducido dos novedades significativas en la página web de la Cátedra FRA: (1) Actualización y rediseño de la interfaz "Máster Retail" y (2) apertura de la sección "Cuadro de Mando"

Interfaz "Máster Retail"

Se ha modificado la interfaz correspondiente a la sección donde se recoge la información relacionada con el "Máster de Formación Permanente en Retail" con el objetivo de mejorar su integración con la comunicación llevada a cabo a través de las redes sociales sobre este título de postgrado.

La empresa encargada de la realización del proyecto ha sido ETERIA MARKETING Y COMUNICACION S.L., compañía perteneciente al grupo Intermark.

25	4.500 €	60
PLAZAS	PRECIO	CRÉDITOS
DURACIÓN: De Septiembre a Junio		HORARIO: Martes, Miércoles y Jueves de 17:00 a 21:00h
MODALIDAD: Presencial (Instituto Universitario de Empresa, Oviedo)		
AYUDAS: Disponibilidad de ayudas de matrícula		

<https://masterretailoviedo.com/>

Página web y redes sociales

Novedades incorporadas en la página web

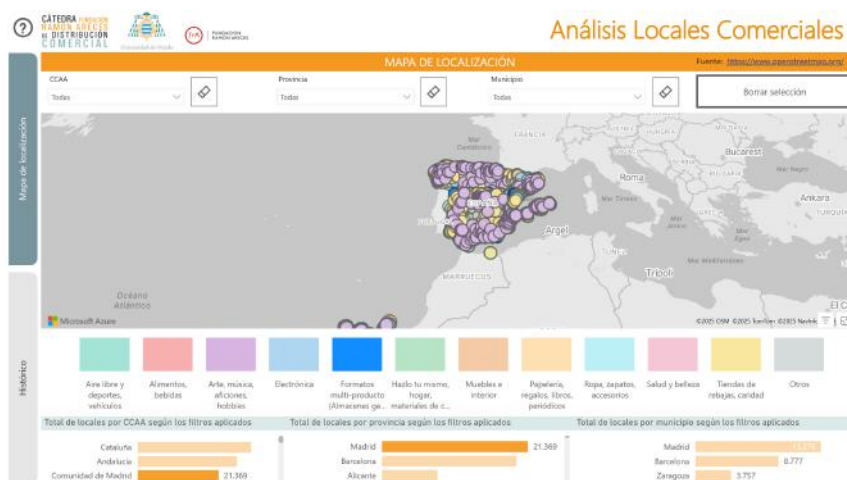
Apertura de "Cuadro de Mando"

A través de la página principal de la web de la Cátedra FRA ya es posible acceder directamente a la herramienta "Cuadro de Mando Retail Abierto", que contiene tres opciones:

"Cuadro General"



"Mapa Locales Comerciales"



"Indicadores"

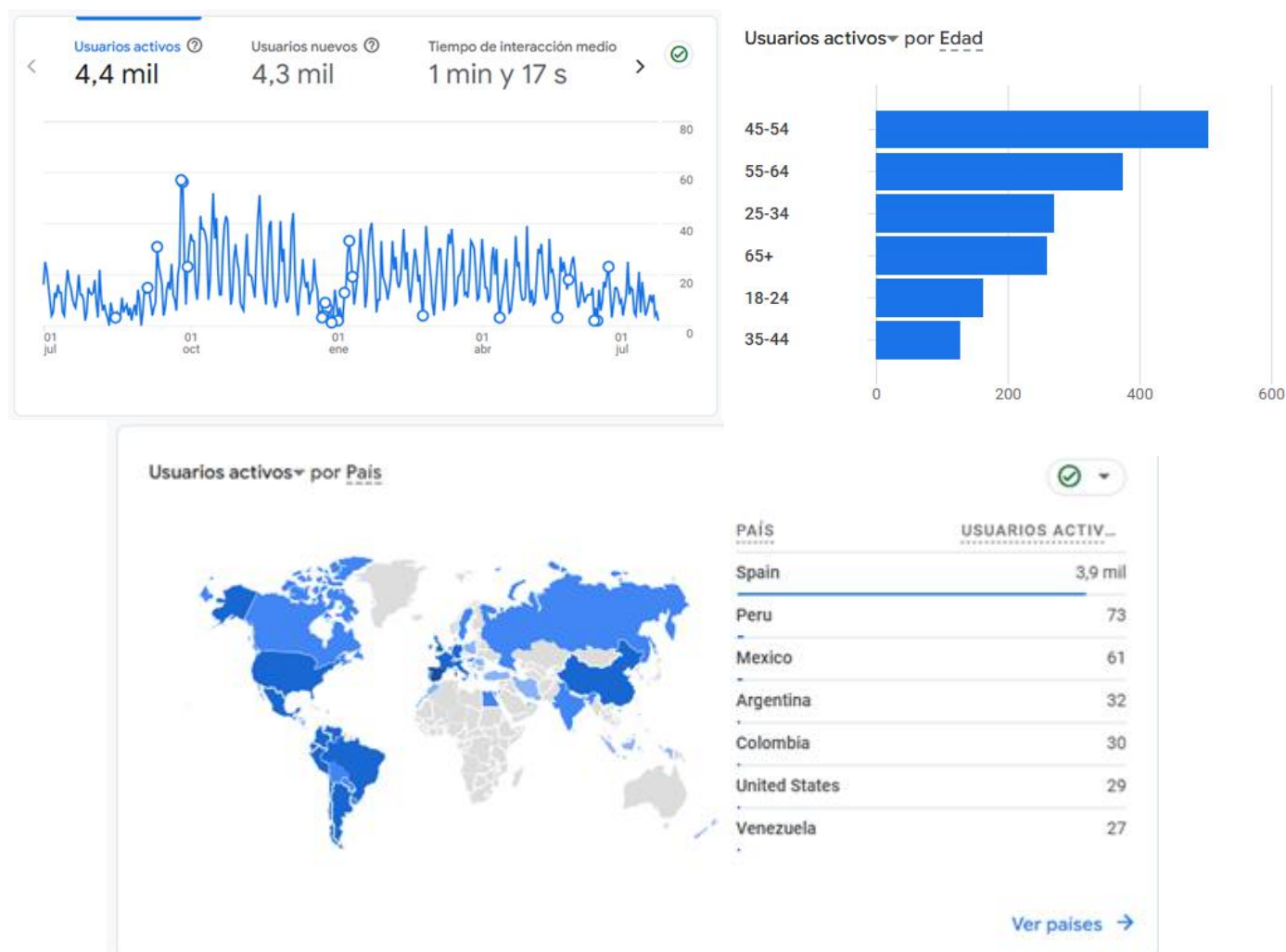
Incluye una selección de KPIs o indicadores de "salud" del comercio, en base a los datos recopilados en el cuadro de mando

Página web y redes sociales

Analítica de la página web

Durante el periodo 1 julio 2024 - 20 de julio 2025, la página web de la Cátedra FRA ha contado con **18.777 visitas**, de las cuales, **4.429 pertenecen a usuarios únicos**. Cada usuario ha visitado la web una media de 4,24 veces y por un tiempo medio de un minuto y diecisiete segundos. En comparación con el periodo anterior (julio 2023-julio 2024), el **número de visitas ha aumentado en un 7,784%** y el **tiempo medio de interacción ha aumentado en un 3,54%**.

España domina el número de visitantes a la web, con 3.940 IPs únicas, siendo la mayoría pertenecientes a Madrid (1.108), Oviedo (612), Barcelona (338) y Gijón (238). Tras España, se encuentran Perú (73), México (61), Argentina (32), Colombia (30), Estados Unidos (29) y Venezuela (27), entre otros.



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
-  @catedrafareces
-  @catedrafareces



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



	Julio 2024	Julio 2025
	1.413 seguidores	1.598 seguidores
	295 seguidores	500 seguidores
	681 seguidores	556 seguidores
	28 suscriptores	35 suscriptores
	890 seguidores	896 seguidores
	8 seguidores	64 seguidores
	---	30 seguidores

Página web y redes sociales

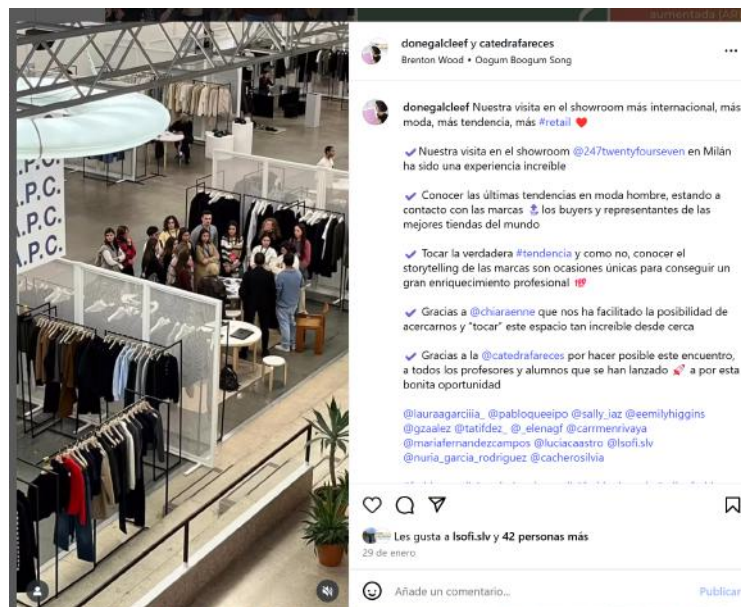
Novedades y valoración de la presencia en redes

Este año, la Cátedra FRA ha estrenado cuenta en [Threads](#), la nueva red social de META, en la que se ha iniciado con 30 seguidores. Hasta ahora se han compartido las mismas publicaciones que en Instagram.

En [LinkedIn](#) se comparten publicaciones sobre las actividades desarrolladas y sobre el Máster de Formación Permanente en Retail, que siempre consiguen una tasa de *repost* (republicar) muy alta gracias a las menciones realizadas a los ponentes que vienen a impartir conferencias, a los y las estudiantes (o antiguos alumnos) del Máster de Formación Permanente en Retail o a los autores de los diferentes DOCFRADIS publicados. A lo largo del curso 2024-2025 esta red ha experimentado un **crecimiento del 13,1%**.

El contenido que más reacciones genera en [Instagram](#) es el relacionado con el Máster de Formación Permanente en Retail, gracias a la difusión que realizan los y las estudiantes, que suelen compartirlo en sus redes personales. Al igual que otros años, sigue siendo una **red social con una tasa de crecimiento de seguidores alta, un 69,5%**.

[X](#) (antiguo Twitter) es una plataforma en la que los posts relacionados con las publicaciones de DOCFRADIS o de jornadas de Retail Abierto tienen el mayor impacto. No obstante, se ha producido una pérdida de seguidores en esta red social, como consecuencia de los cambios continuos a los que se ve sometida y las polémicas que le afectan.



En [YouTube](#) se continúan subiendo vídeos de las jornadas y de las píldoras Retail Insights. Hasta la actualidad, el vídeo que cuenta con un mayor número de visualizaciones es el correspondiente la jornada celebrada en 2023 titulada "*Revenue Growth Management*", impartida por D. José de la Cruz (ex-directivo de Coca-Cola) (710 visualizaciones). El segundo vídeo más reproducido es que corresponde al Retail Insight de Juan López Lartategui, docente del Máster de Formación Permanente en Retail y Director de Logística de Dental Ibérica (175 visualizaciones). La **tasa de crecimiento de suscriptores ha sido del 25%**.

Los vídeos de [tiktok](#) que han tenido mayor impacto han sido los relacionados con la actividad "Retail Safari Milán", **contado con casi cinco mil visualizaciones entre tres vídeos**. El objetivo es seguir creciendo y desarrollando esta plataforma con contenido propio. Es la red social en la que se ha podido constatar **el mayor aumento de seguidores respecto al curso anterior, un 700%**.

La presencia en [Facebook](#) de la Cátedra FRA se ha mantenido constante, con 896 seguidores.

Colecciones

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 [Cátedra 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](#).

2505: [El impacto de los agentes de IA en las decisiones de compra, la satisfacción y la felicidad del consumidor](#) 
Pedro Cuesta-Valiáño, Sergey Kazakov, Patricia Durán-Lamo and Pablo Gutiérrez-Rodríguez

2504: [e-WOM como instrumento de comunicación online en el sector de la restauración. Un análisis comparado mediante los comentarios de TripAdvisor](#) 
Esther Manzano Rivero and Ángel Francisco Villarejo-Ramos

2503: [Protección de la propiedad intelectual e industrial ante la falsificación de productos de lujo: retos y desafíos jurídicos](#) 
Fuensanta Ortiz García and Javier García Amez

2502: [Factores de atracción de la compra inteligente en el sector de la alimentación](#) 
Josep-Francesc Valls, Carolina Luis-Bassa and Roger Pagà Peris

2501: [El complejo camino de los business improvement districts en España](#) 
Gloria Aparicio de Castro and Pilar Zorrilla Calvo

DOCFRADIS 01/2025

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Cátedra FRA



EL COMPLEJO CAMINO DE LOS BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICTS EN ESPAÑA

Colecciones

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Durante el curso 2024-2025 se han publicado **cinco nuevos DOCFRADIS**:

DOCFRADIS **DOC 2501**

COLECCIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

EL COMPLEJO CAMINO DE LOS BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICTS EN ESPAÑA

Gloria Aparicio de Castro
Universidad del País Vasco UPV/EHU
E-mail: gloria.aparicio@ehu.eus

Pilar Zorrilla Calvo
Universidad del País Vasco UPV/EHU
E-mail: pilar.zorrilla@ehu.eus

DOCFRADIS **DOC 2502**

COLECCIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

FACTORES DE ATRACCIÓN DE LA COMPRA INTELIGENTE EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

Josep-Francesc Valls
UPF-Barcelona School of Management
E-mail: josep.valls@bsm.upf.edu

Carolina Luis-Bassa
UPF-Barcelona School of Management
E-mail: carolina.luis@bsm.upf.edu

Roger Pagà Peris
UPF-Barcelona School of Management
E-mail: roger.paga@bsm.upf.edu

DOCFRADIS **DOC 2503**

COLECCIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL ANTE LA FALSIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE LUJO: RETOS Y DESAFÍOS JURÍDICOS

Fuensanta Ortiz García
Universidad de Oviedo
E-mail: fuensantaortizga@gmail.com

Javier García Amez
Universidad de Oviedo
E-mail: javieramez@uniovi.es

DOCFRADIS **DOC 2504**

COLECCIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

e-WOM COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN ONLINE EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN. UN ANÁLISIS COMPARADO MEDIANTE LOS COMENTARIOS DE TRIPADVISOR

Esther Manzano Rivero
Universidad de Sevilla
E-mail: esther.manrive@gmail.com

Ángel Francisco Villarejo-Ramos
Universidad de Sevilla
E-mail: curro@us.es

DOCFRADIS **DOC 202505**

COLECCIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

EL IMPACTO DE LOS AGENTES DE IA EN LAS DECISIONES DE COMPRA, LA SATISFACCIÓN Y LA FELICIDAD DEL CONSUMIDOR

Pedro Cuesta-Valiño
Universidad de Alcalá
E-mail: pedro.cuesta@uah.es

Sergey Kazakov
Universidad de Alcalá
E-mail: sergey.kazakov@uah.es

Patricia Durán-Álamo
Universidad de Alcalá
E-mail: patricia.duran@uah.es

Pablo Gutiérrez-Rodríguez
Universidad de León
E-mail: pablo.gutierrez@unileon.es

Colecciones

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Libro Reunión Científica 2024



Se ha publicado el libro derivado de la edición número dieciséis de la Reunión Científica organizada por la Cátedra.

En esta ocasión la publicación ha llevado por título *"Desde el Consumidor hasta la Estrategia. Marketing y Sostenibilidad en la Encrucijada del Cambio"*.

La presentación se estructura en dos apartados. El primer bloque incluye estudios que analizan el comportamiento del consumidor. El segundo recoge trabajos que abordan las estrategias que las empresas del sector retail desarrollan vinculadas con la sostenibilidad y las nuevas tecnologías.

1

Consumidor

2

Estrategia empresarial



Parte I. Consumidor

Capítulo primero

The preference for local brands among responsible consumers

Carlos Agredano González, María de la Paz Toldos Romero y Josep Rialp-Criado

Examina cómo la responsabilidad del consumidor por el consumo sostenible afecta la preferencia de marca local y su probabilidad de compra.

Capítulo segundo

Experiencia del consumidor en un supermercado virtual: efectos en la actitud e intención de compra

Rafael Anaya-Sánchez, Francisco Rejón-Guardia, Sebastián Molinillo y Arnold Japutra

Esta investigación analiza cómo la experiencia del consumidor y el sentido de presencia en un supermercado virtual influyen en su actitud e intenciones de comportamiento.

Capítulo tercero

Inteligencia artificial y emociones: un análisis bibliométrico del impacto en el consumidor

Laura Sofía Bento da Silva, Silvia Cachero-Martínez y Nuria García-Rodríguez

Lleva a cabo una revisión de la literatura y un análisis bibliométrico usando el software SciMAT con el objetivo de presentar la evolución temporal de los estudios realizados, identificar agrupaciones temáticas y proponer un marco para futuras investigaciones en este campo.

Capítulo cuarto

Decodificando las preferencias del consumidor en el e-commerce alimentario: análisis de factores determinantes de la compra desde el análisis de texto de comentarios de usuarios

Adrián No-Pérez y Fernando Losada Pérez

Analiza los factores que influyen en la experiencia de compra de alimentos online, tomando como referencia los comentarios y reseñas publicadas sobre una empresa alimentaria en la plataforma Trustpilot y aplicando la técnica del *text mining*.

Capítulo quinto

The influence of social media CSR advertising on customer attitudes and behavioural intentions towards food companies

Sivakorn Rojanavanich e Irene Garnelo-Gómez

Este estudio tiene como objetivo explorar la influencia de la publicidad sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) compartida en redes sociales en las actitudes e intenciones de comportamiento de los consumidores hacia empresas del sector alimentario.

Capítulo sexto

Decodificando patrones del consumo cultural en Chile: un recorrido multidimensional de 13 años

Sixto Valdés-Elizalde, Sebastián Molinillo y Rodolfo Mendoza-Llanos

Estudia los patrones de consumo cultural en Chile desde 2004 hasta 2017, centrándose en cómo las características sociodemográficas y el capital cultural influyen en este consumo.



Capítulo séptimo

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

Elías Vega y Carmen Camarero

A través del diseño de una aplicación móvil con temática medioambiental, este estudio investiga cómo la gamificación, mediante juegos serios, puede promover comportamientos de consumo sostenibles.

Parte II. Estrategia empresarial

Capítulo octavo

Incorporando las nuevas tecnologías en el retail de alimentación. El caso de los supermercados Alimerka

Laura Sofia Bento Da Silva y M.^a Begoña Álvarez Álvarez

Este trabajo analiza el entorno macroeconómico y microeconómico de la enseña de supermercados asturiana Alimerka, para proponer un proyecto de mejora basado en la aplicación de la tecnología *Blockchain*.

Capítulo noveno

Prácticas sostenibles de retailers a través de tecnologías de datos avanzadas: aproximación al web scraping y la inteligencia artificial

Sofía Blanco-Moreno y Ana M. González-Fernández

En este capítulo se explora cómo las tecnologías digitales web scraping e inteligencia artificial (IA) están revolucionando el sector del retail para promover prácticas sostenibles y eficiencias operativas. Se ilustra a través de un caso de estudio sobre las diferencias de precios entre los aceites ecológicos y no ecológicos.

Capítulo décimo

La influencia del liderazgo del franquiciador en las decisiones organizativas: Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y gestión del riesgo en las cadenas de franquicias españolas

María Fernández Muñíos

El estudio examina la forma en que las características individuales del franquiciador, como el género y el liderazgo, afectan a sus elecciones estratégicas.

Capítulo decimoprimer

Los otros mercados de las marcas de lujo: problemáticas de precio y distribución

Diego González Fernández y F. Javier de la Ballina Ballina

El mercado negro, el mercado gris, el mercado de usados y el mercado promocional están tensionando la fórmula de gestión tradicional basada en el hiper-precio. Este trabajo analiza las percepciones de precios en tales mercados, a partir de una experimentación causal con cuatro productos representativos.

Capítulo decimosegundo

El marketing verde y la estrategia empresarial: análisis bibliométrico

Yineth Paola Lievano Pulido

Busca analizar desde una perspectiva bibliométrica qué autores, publicaciones, palabra clave y revistas son las más influyentes en el campo del marketing verde.



Capítulo decimotercero

El Modelo Marketplace: su papel en la internacionalización empresarial

Ignacio Mirantes Robles y Celina González Mieres

Pretende mostrar los beneficios de la aparición de Internet en los mercados internacionales, desde un punto de vista teórico y práctico, enfocándose en el modelo de negocio de los *marketplaces*.

Capítulo decimocuarto

Implicaciones del euro digital para el sector de la distribución comercial. De la estrategia omnicanal a la omniciente a través de la creación de servicios de valor añadido e innovación

Almudena Recio-Román | Manuel Recio-Menéndez y María Victoria Román-González

Aporta una reflexión novedosa al abordar, por primera vez, las repercusiones del euro digital en el sector de la distribución comercial, un actor fundamental para garantizar su adopción generalizada.

Capítulo decimoquinto

Integración de los canales de comunicación y ventas desde la perspectiva del empleado del establecimiento minorista

María Sicilia Piñero y Mariola Palazón Vidal

Este capítulo aborda la integración y coordinación entre canales de comunicación y venta desde la perspectiva del empleado. Los resultados ponen de manifiesto que no solo es importante la integración a nivel de canal, sino que la integración a nivel de comunicación la complementa.

Retail Insights

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. Durante 2024-2025 se han editado dos videos (<https://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/colecciones-retail-insights-es.html>).



Juan López Lartegui
Director de Logística y
Compras de Dental Ibérica



Begoña Arancibia
Profesora de ESIC
Business School y Social
Media Manager

¿Cómo ves la situación actual del retail?

¿Cuáles son los principales desafíos que afronta el retail?

¿Qué oportunidades hay en el retail?

¿Qué relación deben tener los departamentos de logística con los departamentos de ventas/comercial y de marketing actualmente?

¿Cuáles son las exigencias de los departamentos logísticos a la hora de adaptarse a las necesidades actuales del retail?

¿Qué conlleva la estrategia omnicanal hoy en día para una empresa?

¿Cómo influye la eficiencia logística en la experiencia del cliente y su fidelidad en el sector retail?

¿De qué manera puede una buena gestión de inventarios y almacenes reducir costes y mejorar la rentabilidad en el retail?

¿Qué papel juega la logística en la adaptación de las tiendas retail a modelos de distribución omnicanal y a la demanda de entregas rápidas y flexibles?

¿Cómo ves la situación actual del retail?

¿Cuáles son los principales desafíos que afronta el retail?

¿Qué oportunidades hay en el retail?

¿Cuáles son las tendencias emergentes en cuanto a formatos y contenido en las redes sociales?

¿Qué repercusión tiene la polarización en redes sociales sobre las cuentas de marcas y empresas?

¿Qué medidas se pueden tomar para frenar los discursos de odio en las redes sociales?

¿Cómo afectan los algoritmos de recomendación al comportamiento del usuario en las redes sociales?

¿Qué repercusiones futuras puede tener el exceso de uso de las redes sociales sobre la generación Z?

¿Cuál es el peso de los *influencers* para las marcas?

Cuadro de Mando Retail Abierto

Plataforma 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.

La herramienta, que se encuentra disponible para su consulta y acceso en abierto a través de la página web de la Cátedra FRA, consta actualmente de dos bloques de información, a los que se unirá en el futuro un tercero que recogerá una serie de indicadores clave del sector.

1

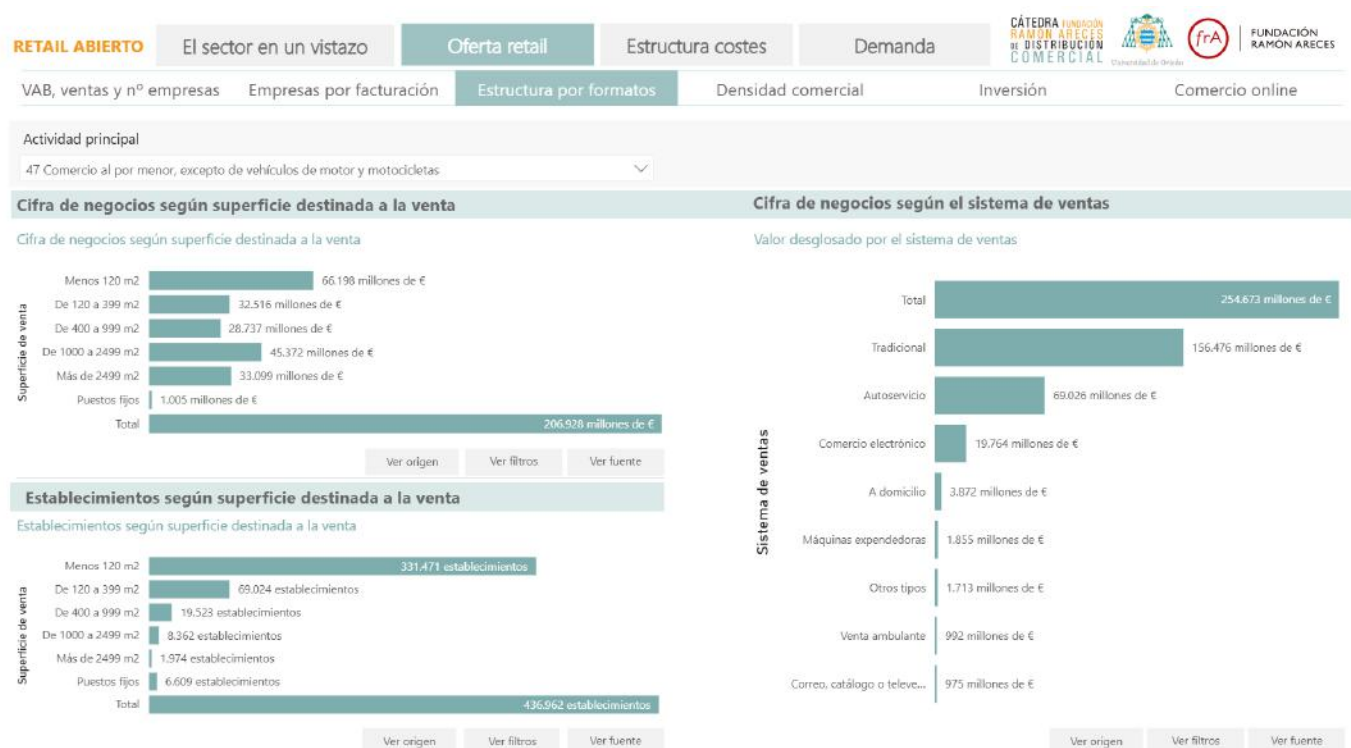
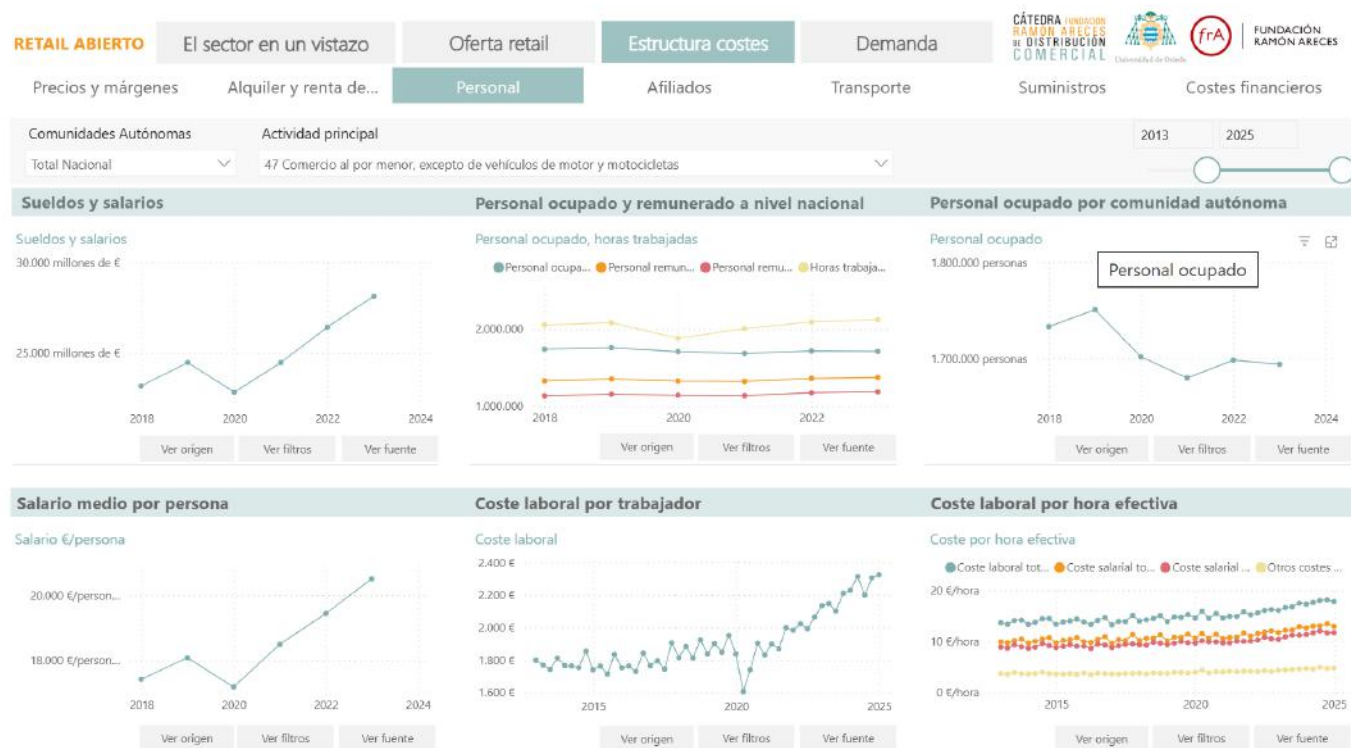
Cuadro general

RETAIL ABIERTO

El cuadro de mando del sector retail en España

El sector en un vistazo	Oferta retail	Estructura de costes	Demanda
• Producto Interior Bruto • Número de ocupados • Índice de comercio al por menor • Valor Añadido Bruto • N° de empresas comercio al por menor • Índice de precios al consumidor • Índice de confianza empresarial • Gasto medio por hogar • Índice de confianza al consumidor	• VAB, ventas y n° empresas • Empresas por facturación • Estructura por formatos • Densidad comercial • Inversión • Comercio online	• Precios y márgenes • Alquiler y renta de locales • Personal • Afiliados • Transporte • Suministros • Costes financieros	• Hogares • Comercio online • Canales de compra

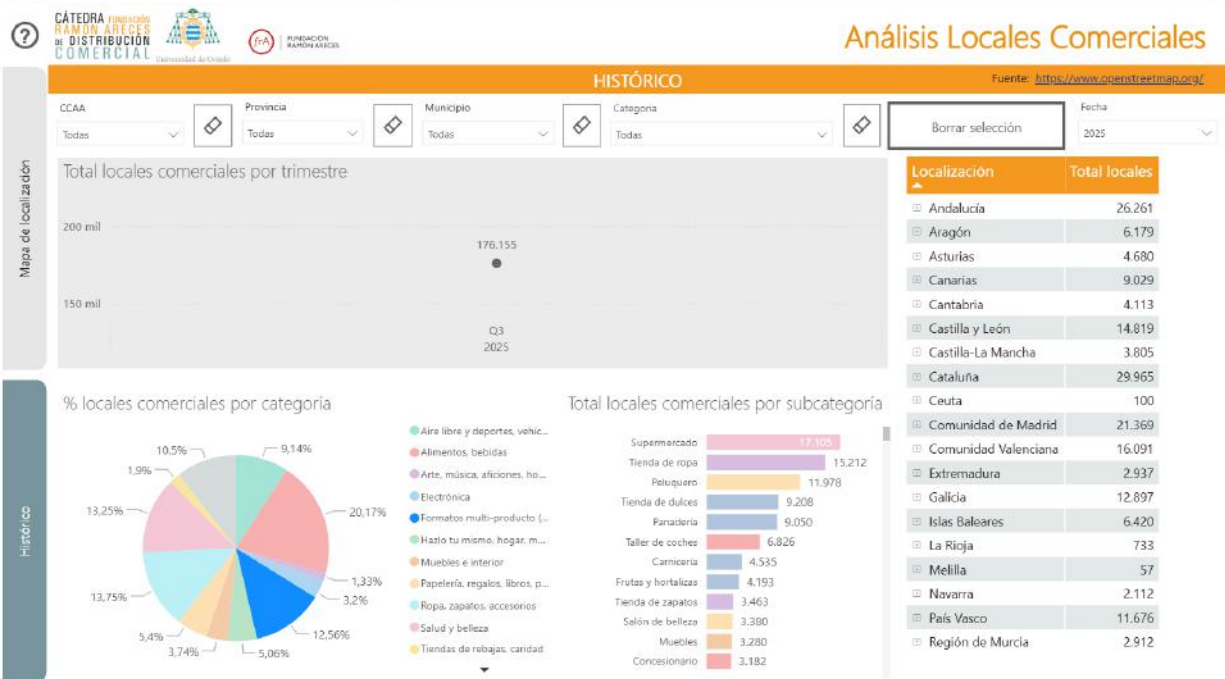
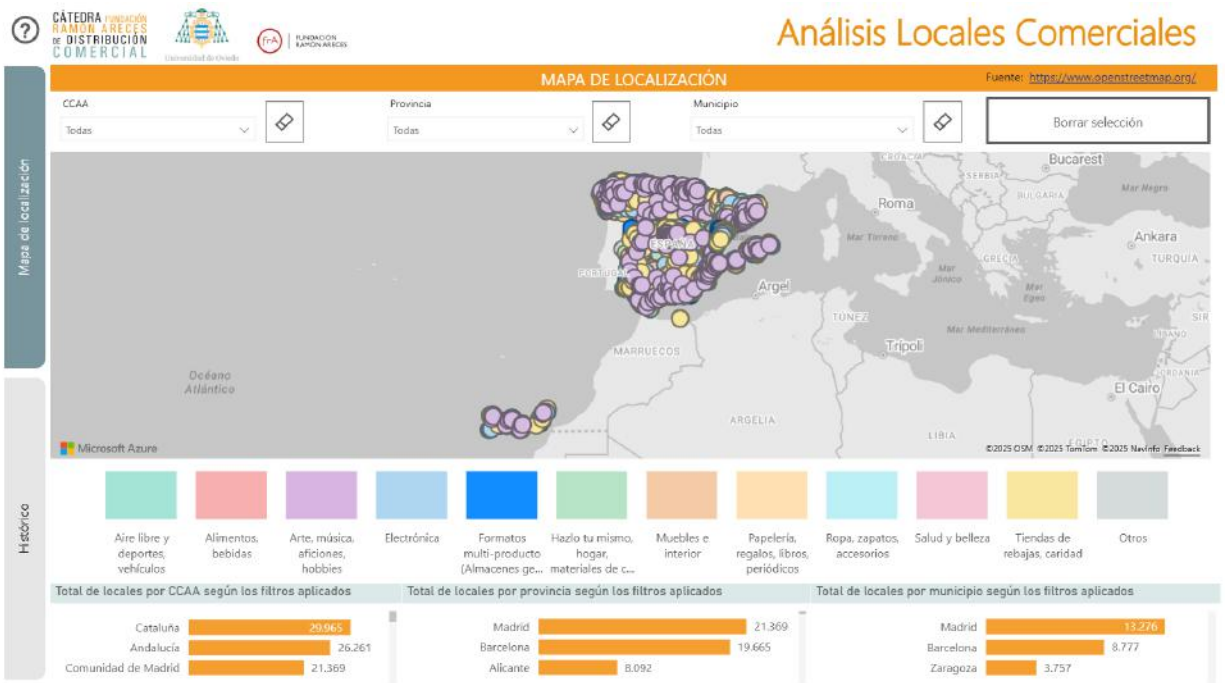
Cuadro de Mando Retail Abierto



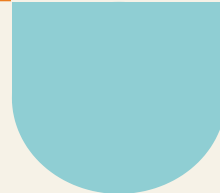
Cuadro de Mando Retail Abierto

2

Mapa de locales comerciales



Actividades de formación 24-25



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



- | | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Máster de Formación Permanente en Retail | 58 |
| 2 | VIII Edición Máster de Formación Permanente en Retail | 67 |
| 3 | Acto de entrega de diplomas de la VIII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail | 77 |

Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Máster de formación permanente en Retail



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

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.

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 de Formación Permanente 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.



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 cuyo profesorado forma parte del cuadro docente



Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

El Máster de Formación Permanente 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

Máster en Retail

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
Introducción al derecho: marco jurídico de la distribución comercial
El pequeño comercio detallista: El caso ALBIÑANA
Asociacionismo comercial (I): El modelo de centros comerciales. Situación y perspectivas de futuro
Asociacionismo comercial (II): Franquicias y centrales de compra. Principios básicos
Introducción a los contratos
¿Qué buscan las empresas? Elaboración de carta de presentación y CV
Asociacionismo comercial (III): Franquicias y centrales de compra. Sistemas de franquicias
Contratos de franquicias
Los formatos comerciales detallistas de la gran distribución
Asociacionismo comercial (IV): Asociaciones de comerciantes, centros comerciales abiertos y BIDs
El contrato de compra-venta
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
La internacionalización de empresas de distribución comercial
Localización de empresas detallistas
Compraventa nacional y transfronteriza
Incidencia de la Ley aplicable en la comercialización transfronteriza de productos y servicios
Logística urbana, retos y oportunidades de la última milla (I)
Logística urbana, retos y oportunidades de la última milla (II)
Logística urbana, retos y oportunidades de la última milla (III)
Dirección, control y gestión de cadenas globales de tienda y puntos de venta
Innovación en logística. Experiencia de CAPSA
Estrategia logística de IKEA

MÓDULO 3: ANÁLISIS DE CLIENTES PARA LA TOMA DE DECISIONES

Estrategias comerciales centradas en el consumidor
Customer Journey
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
Diferenciación competitiva y experiencia de cliente en el comercio minorista
La importancia de diseñar el viaje del cliente
Investigación y gestión de las emociones

Máster en Retail



Programa docente desarrollado

MÓDULO 4: ESTRATEGIAS COMERCIALES Y GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

Diseño y planificación del punto de venta: Merchandising y gestión por categorías
Gestión de compras y relaciones con fabricantes: punto de vista del detallista
Gestión de compras y relaciones con fabricantes: punto de vista del fabricante
La sostenibilidad en el sector de la distribución comercial (I)
Visual merchandising: Safari Retail
Visual merchandising: Taller
Estrategia de precio y negociación con fabricantes
Gestión financiera de la empresa
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 (II)
Sesión IKEA Food Marketing y COMIN
Gestión de clientes
De la tienda a la marca: por qué y cómo construir tu marca
El valor de la marca
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
Amazon y la red de distribución online

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

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

Máster en Retail

Programa docente desarrollado

MÓDULO 6: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR RETAIL

Tecnologías habilitadoras para el negocio (I)
Tecnologías habilitadoras para el negocio (II)
La tecnología en el Retail y ERPs (SAP)
Gestión de la cadena logística con SAP ERP (I)
Gestión de la cadena logística con SAP ERP (II)
Gestión de la cadena logística con SAP ERP (III)
Introducción al ecosistema tecnológico Retail con PowerBI
Soluciones SAP sectoriales para Retail: SAP CAR I
Experiencia de cliente omnicanal
Soluciones SAP sectoriales para Retail: SAP CAR II
Automatización, Inteligencia Artificial y firma electrónica. Introducción a medios de pago.
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)
Comercialización de productos y servicios a través de plataformas intermediarias (II)
La Transformación Digital, un viaje sin retorno
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)
Estrategia SEO/SEM (II)
Estrategia SEO/SEM (III)
Entorno digital de la distribución: eCommerce (I)
Entorno digital de la distribución: eCommerce (II)
Mobile Commerce
Nuevas tendencias tecnológicas
Futuro del retail. Metaverso
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 las empresas colaboradoras

Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

PRESENTACIÓN

PROGRAMA

AYUDAS Y PRÁCTICAS

TESTIMONIOS

CONTACTO



APRENDIZAJE

Las empresas colaboradoras propondrán a los alumnos la realización de distintos proyectos reales para resolver en equipo tutorizados por profesionales.

APRENDIZAJE POR PROYECTOS

VI Edición

EL CORTE INGLÉS

- Clientes y especialistas de El Corte Inglés
- Ser y sentirse parte de El Corte Inglés

IKEA

- Co-worker interaction
- Mismo muebles, nuevas historias

VII Edición

EL CORTE INGLÉS

- Eficiencia en los procesos de omnicanalidad
- Ámbito cultural

IKEA

- Venta omnicanal desde tienda física y digital
- Oportunidades de venta en remoto

VIII Edición

EL CORTE INGLÉS

- Plan de patrocinio El Corte Inglés de Asturias
- Indicadores de atención al cliente

IKEA

- Engagement interno
- Engagement externo

LEROY MERLIN

- Demarca



PRÁCTICAS

El Máster en Retail ofrece un programa de Prácticas que se realizarán en empresas de distribución durante el curso.

PRÁCTICAS REMUNERADAS EN EMPRESAS

Existe un **convenio de colaboración con empresas** como El Corte Inglés, CAPSA FOOD, Ikea, Decathlon, Alcampo y Leroy Merlin, entre otros.



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

VIII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail



Máster en Retail

8º Promoción - 2024/2025

catedrafundacionarecesdcuniovi.es/master_retail [@catedrafareces](https://twitter.com/catedrafareces) catedrafarecesdc@uniovi.es

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

frA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Universidad de Oviedo

IDEUE
Instituto de Estudios
Universitarios de Oviedo

La **VIII Edición del Máster en Formación Permanente en Retail** se puso en marcha el 24 de septiembre de 2024 y sus sesiones presenciales se extendieron hasta el 29 de mayo de 2025. La presentación de los proyectos en equipo se llevó a cabo el 20 de marzo de 2025, la presentación y defensa de los Trabajos Fin de Máster se realizó a lo largo del 1 de julio de 2025 y el acto de entrega de diplomas se celebró el 7 de julio de 2025.

Contó con un total de **22 alumnos matriculados**. De ellos, 7 estudiantes proceden de los convenios firmados (2 trabajadores de El Corte Inglés, 4 trabajadores de IKEA, 1 trabajador de Leroy Merlin) y 15 alumnos han abonado la matrícula (los 15 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.

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%.

VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

VIII Edición del Máster de Formación Permanente en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES



¡Comenzamos!

VIII EDICIÓN

MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN RETAIL

24 de septiembre 2024 - junio 2025



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

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 equipo, propuesto por las empresas colaboradoras (dos ofertados por El Corte Inglés, dos por IKEA Asturias y uno por Leroy Merlin) 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 **Dña. Sandra Miranda Valle** y **Dña. Mónica Álvarez Parada**. Los objetivos de los proyectos han sido:

PROYECTO 1: Plan de patrocinio El Corte Inglés de Asturias

PROYECTO 2: Indicadores de atención al cliente

Las titulaciones con las que acceden los alumnos son variadas:

Grado en Administración y Dirección de Empresas: 3 estudiantes.

Grado en Comercio y Marketing: 9 estudiantes.

PCEO ADE y Derecho: 1 estudiante.

Grado en Derecho: 1 estudiante.

Grado en Economía: 1 estudiante.



VIII Edición del Máster en Retail

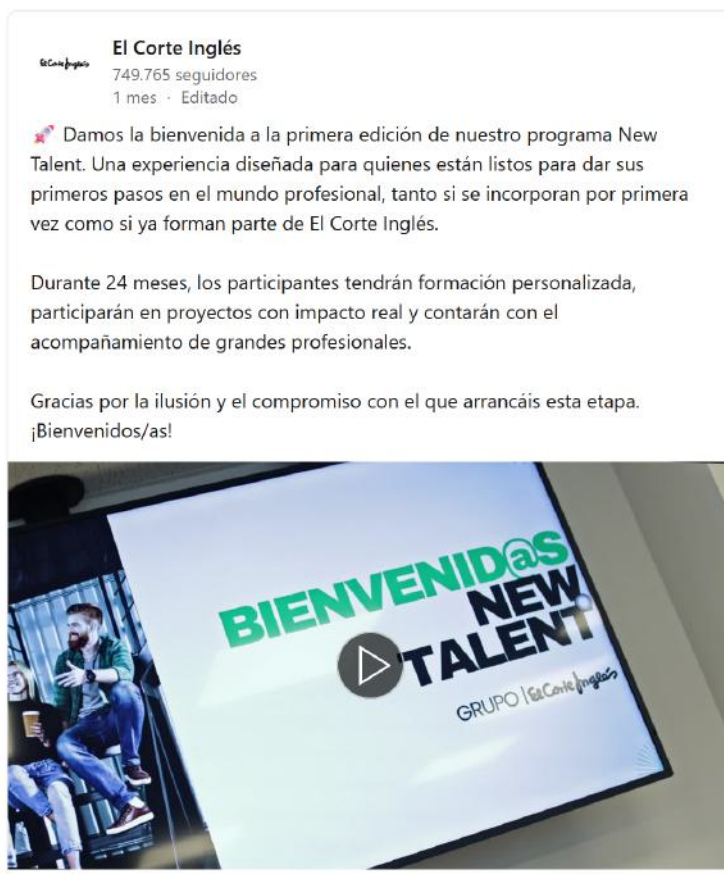
Prácticas remuneradas en las empresas colaboradoras

En la edición 2024-2025 del Máster de Formación Permanente en Retail se realizaron un total de **doce prácticas remuneradas** en las empresas colaboradoras: El Corte Inglés (cuatro alumnos dentro del programa ECI New Talent), INETUM (tres alumnos), ING (un alumno), ADEO (un alumno), Velázquez y Villa (un alumno) y Showroom en París (2 alumnos, en este caso como consecuencia de la actividad "Retail Safari Milan"). INETUM procedió a la renovación del convenio de prácticas en el caso de una alumna e incorporó al equipo de la empresa a otra.

Como principal novedad, este curso **El Corte Inglés ha ofrecido a los estudiantes del Máster la posibilidad de optar a su programa *New Talent*.**

Este programa proporciona a las personas seleccionadas formación personalizada durante 24 meses a la vez que trabajan en los servicios centrales del grupo o en alguna de las tiendas.

En esta edición han sido cuatro los estudiantes que se han podido beneficiar de esta oportunidad.



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



... y este curso los estudiantes han viajado
a Milán (Italia) para conocer de primera
mano el comercio de moda de lujo



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



... y el Máster de Formación Permanente en Retail ha recibido el premio de la Asociación Española de Retail a la mejor formación de postgrado



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



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
4,597	4,691	4,739	4,401

* Sobre una escala de 5 puntos

VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

PROFESORADO Y METODOLOGÍA

EL
PROFESORADO
HA SIDO
ADECUADO

4,171

LAS
EXPLICACIONES
HAN SIDO
CLARAS

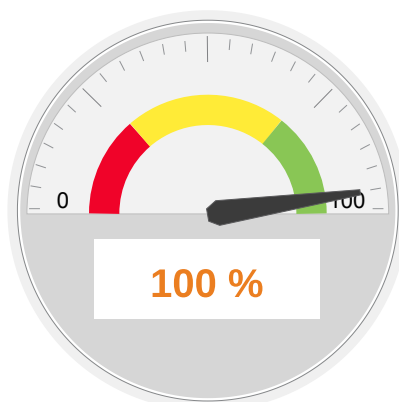
4,183

LA PROPORCIÓN
DEL
CONTENIDOS
TEÓRICO-
PRÁCTICOS HA
SIDO LA
ADECUADA

3,970

* Sobre una escala de 5 puntos

¿RECOMENDARÍAS EL CURSO A UN CONOCIDO?



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

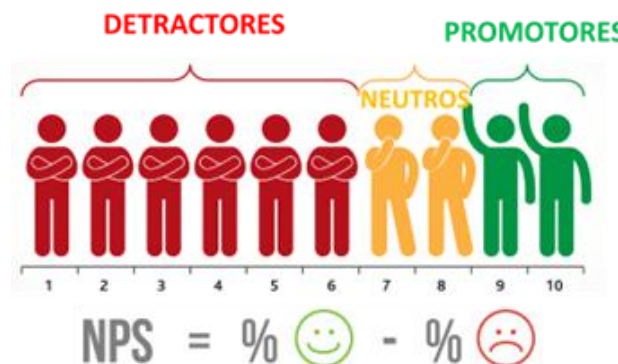
CUSTOMER SATISFACTION SCORE (CSAT)



8,95

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

NET PROMOTER SCORE (NPS)



67%

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

VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

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

La difusión de la VIII 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 FRA 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 2024-2025 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.



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

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

El lunes 7 de julio de 2025 tuvo lugar, en el Paraninfo del Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo, la Entrega de Diplomas a la VIII Promoción del Máster en Retail. En el acto han intervenido:

D. Ignacio Villaverde Menéndez

Rector Magnífico de la Universidad de Oviedo

D. Manuel Vincente 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

Dña. 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. Senén Barro Ameneiro**, Catedrático de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial de la Universidad de Santiago de Compostela y Director de CiTIUS-Centro Singular de Investigación en Tecnologías Inteligentes de esa universidad, impartió la conferencia *“El trabajo en un mundo de personas y máquinas”*.

En su intervención el ponente reflexionó acerca del papel que jugará la inteligencia artificial en los entornos de trabajo futuros, insistiendo en la necesidad de que el ahorro de tiempo y mayor eficiencia que trae consigo esta tecnología se vea acompañado por el desarrollo de una mayor capacidad de reflexión y creatividad, una actitud crítica y un enfoque ético.

VIII Edición

Acto de Entrega de Diplomas

Máster de Formación Permanente en Retail

Conferencia

“El trabajo en un mundo de personas y máquinas”

7 de julio de 2025
17:00h - 19:00h
Paraninfo
Edificio Histórico, Universidad de Oviedo

D. Senén Barro Ameneiro
Director Centro de Investigación en Tecnologías Inteligentes (CiTIUS) de la Universidad de Santiago de Compostela



VIII Edición del Máster en Retail

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Actividades de investigación 24-25



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	XVII Reunión Científica	80
2	Proyectos de investigación/ayudas	84
3	Tesis doctorales	86
4	Seminarios de investigación	87
5	Neuro Science Retail LAB	90

XVII Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



XVII REUNIÓN CIENTÍFICA



CONECTANDO VALORES RESPONSABLES Y BITS: EL MARKETING ANTE SUS GRANDES RETOS

30 abril 2025

Presencial y online de 10h a 12h en Salón de Grados Facultad de Economía y Empresa



Keynote Speaker Dr. Justin Paul

Global Thought Leader in Marketing & International Business
International Journal of Consumer Studies,
NM Institute of Management Studies and
University of Puerto Rico, San Juan, PR, USA



¡Apúntate aquí!

Online de 12h a 14h (acceso restringido) MARKETING COLLOQUIUM

Online de 16h a 17:45h MESA REDONDA "SOSTENIBILIDAD"



Almudena Otegui Carles
Universidad de Vigo



Oliver Torres Reynoso
Universidad de León



Laura Sofia Bento da Silva
Universidad de Oviedo

Online de 18h a 19:45h MESA REDONDA "TRANSFORMACIÓN DIGITAL"



Bárbara Bennasar Mesquida
Banca March



Marta Flavián Lázaro
Universidad de Zaragoza



Miriam Alzate Barricarte
Universidad Pública de Navarra

Dirección y Coordinación
María José Sanzo Pérez Directora Cátedra FRA de Distribución Comercial
Nuria García Rodríguez, Primitiva Pascual Fernández y
Silvia Cachero Martínez Universidad de Oviedo



XVII Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Keynote Speaker *Professor Justin Paul*

Catedrático de Marketing y Negocios Internacionales en los programas de máster y doctorado de la Universidad de Puerto Rico, USA. Editor de la revista International Journal of Consumer Studies
"Do's and don't's of publishing in WoS Q1 journals"

La ponencia del profesor Justin Paul se centró en analizar las dinámicas actuales del proceso editorial, identificar las razones más comunes de rechazo y ofrecer claves prácticas para mejorar la tasa de éxito en la publicación científica.

Uno de los aspectos fundamentales que abordó fue la necesidad de que el artículo tenga una estructura clara y fluida, que facilite la lectura y comprensión. También insistió en la importancia de aportar una contribución original y novedosa. En este sentido, subrayó la relevancia de redactar un buen resumen e introducción, así como la conveniencia de adoptar un enfoque generalizado en la redacción, evitando centrarse exclusivamente en contextos locales. Del mismo modo, sugirió incluir referencias recientes y relevantes procedentes de revistas de alto impacto, con el fin de identificar adecuadamente el vacío de investigación y contextualizar el estudio dentro del debate académico actual. Respecto al diseño metodológico, recomendó construir investigaciones sólidas, preferentemente con métodos mixtos y múltiples estudios. Otro elemento clave es demostrar una sólida contribución teórica, especialmente en los apartados de discusión y conclusiones, contrastando los hallazgos con investigaciones previas.

En cuanto a los errores comunes que deben evitarse, advirtió sobre el uso de técnicas de muestreo no probabilísticas y sobre estudios con muestras pequeñas. También recomendó evitar trabajar en temas excesivamente investigados o demasiado específicos. Se mostró crítico con el uso de datos autoinformados sin validaciones, así como con las citas de fuentes poco confiables o no científicas, como sitios web o revistas con prácticas editoriales dudosas.

Entre las razones de rechazo más destacadas se encuentran la falta de originalidad, una contribución teórica insuficiente, una estructura deficiente y el uso de una metodología inadecuada. Asimismo, la baja calidad del lenguaje o la falta de coherencia en el discurso suelen ser motivos suficientes para el rechazo editorial. Señaló además que un número elevado de artículos es descartado por presentar revisiones de literatura obsoletas, resultados no fundamentados, o por tratar temas saturados en la literatura científica.



XVII Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Mesa redonda: SOSTENIBILIDAD

Dña. Almudena Otegui Carles
Universidade de Vigo

"Sostenibilidad Social. (Des)Igualdad de género en el turismo"



El objetivo del estudio es analizar, desde una perspectiva de género, cómo las condiciones laborales afectan al estrés y bienestar de las camareras de pisos en España, conocidas como las "Kellys". Entre los principales factores de estrés se identifican: la elevada carga de trabajo, la presión temporal, el trato recibido por superiores, el cansancio físico acumulado y la influencia de comentarios en redes sociales. Durante la pandemia, el estrés se agravó debido a prácticas laborales poco éticas, mayor carga de trabajo, inseguridad laboral e implementación de nuevos protocolos.

D. Oliver Torres Reynoso
Universidad de León

"Expertos sobre conocidos en la búsqueda de opiniones: Su influencia en el valor percibido verde y la disposición a pagar en los mercados de alimentación ecológica de Alemania y España"

La investigación aborda cómo los consumidores superan la barrera del precio de los alimentos ecológicos, proponiendo que la búsqueda de opiniones de otros actúa como un mecanismo clave para validar y justificar este coste mayor. El estudio examina cómo estas opiniones influyen en la activación de los valores percibidos verdes y, en última instancia, en la disposición a pagar más por estos productos. El estudio se llevó a cabo con 870 consumidores de alimentos ecológicos en España y Alemania, dos mercados con diferente grado de madurez



Dña. Laura Sofia Bento da Silva
Universidad de Oviedo

"Green sentiments: Mapping the consumer emotions in sustainability through bibliometric analysis"



A partir de una revisión sistemática de la literatura y un riguroso análisis bibliométrico, el estudio explora cómo las emociones influyen en la adopción de prácticas de consumo responsable y sostenible, y cómo esta relación ha evolucionado en la investigación académica en los últimos treinta años. La investigación responde a tres preguntas clave: (1) ¿Qué autores y revistas tienen mayor impacto en este ámbito?, (2) ¿cuáles son los temas investigados y cómo han evolucionado? y (3) ¿qué direcciones futuras se pueden explorar?

XVII Reunión Científica

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Mesa redonda: TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Dña. Barbara Bennasar Mesquida

Banca March

"El reto de la transformación digital de las entidades financieras: Determinantes de la adopción tecnológica y creatividad de los empleados"



La mayor parte de los trabajos académicos se centran en analizar la digitalización desde la perspectiva del cliente. Por este motivo, esta investigación adopta un enfoque innovador al situar en el centro del análisis a los empleados. Concretamente, parte de la necesidad de comprender en profundidad los factores que condicionan la adopción tecnológica por parte del capital humano de las entidades financieras, así como las consecuencias que dicha adopción tiene tanto para el desarrollo organizacional como para la calidad del servicio prestado.

Dña. Marta Flavián Lázaro

Universidad de Zaragoza

"Influencers humanos y virtuales en el marketing digital: Una aproximación empírica al impacto en el comportamiento del consumidor"

Se presentan los resultados de tres estudios. El primero examina la eficacia de las colaboraciones entre marcas e influencers, considerando dos variables moderadoras: el prestigio de la marca y la naturaleza del producto promocionado (tangible vs intangible). El segundo estudio se centra en la congruencia entre el influencer, el producto y el consumidor. El tercero introduce una dimensión emergente en el marketing de influencers: la figura del influencer virtual.



Dña. Miriam Alzate Barricarte

Universidad Pública de Navarra

"Funcionalidad y disfrute en las apps de salud: Impacto de las características utilitarias y hedónicas en las valoraciones de los usuarios"



A través de una metodología multimétodo se analiza el impacto que ejercen las características utilitarias y hedónicas de las aplicaciones móviles de salud en las valoraciones emitidas por los usuarios, distinguiendo entre evaluaciones positivas y negativas. Asimismo, se examina el papel moderador que desempeña el tipo de aplicación (predominantemente utilitaria vs hedónica) en la relación entre dichas características y las percepciones del usuario.

Proyectos de investigación y ayudas

En el curso 2024-2025 los resultados de las ayudas concedidas a los investigadores del equipo de colaboradores de la Cátedra FRA se han materializado en las siguientes contribuciones:

Publicaciones en Congresos

Congreso: XXXVI Congreso Internacional de Marketing de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK 2025 (Murcia, 17-19 septiembre 2025)

Ponencia: Consumo responsable para una vida mejor: Bienestar del consumidor–revisión y agenda de investigación

NURIA GARCÍA-RODRÍGUEZ (nuriagr@uniovi.es)
SILVIA CACHERO-MARTÍNEZ (cacherosilvia@uniovi.es)
EDUARDO GONZÁLEZ-FIDALGO (efidalgo@uniovi.es)
Universidad de Oviedo

Resumen

Esta ponencia presenta una Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) sobre la relación entre el consumo responsable y el bienestar del consumidor, abordando un campo en creciente expansión en los estudios de marketing y sostenibilidad. Mediante el protocolo SPAR-4-SLR y el análisis bibliométrico con SciMAT, se examinaron 79 artículos académicos publicados entre 2008 y 2025. Se identificaron las principales fuentes, autores y tendencias temáticas, así como la evolución conceptual del campo en tres periodos clave. Los resultados muestran una progresiva consolidación del bienestar como resultado del consumo consciente, ético y orientado por valores, con una evolución desde enfoques conductuales hacia perspectivas emocionales y eudaimónicas.

Congreso: 8th International Academic and Professional Congress on Happiness (Málaga, 21-22 november 2024)

Ponencia: Feel-Good Purchases: Unpacking the Role of Emotions and Product Attributes in Ethical Consumer Behavior

NURIA GARCÍA-RODRÍGUEZ (nuriagr@uniovi.es)
SILVIA CACHERO-MARTÍNEZ (cacherosilvia@uniovi.es)
Universidad de Oviedo

Resumen

Los productos sostenibles suelen evocar emociones positivas como satisfacción y orgullo, mientras que los productos no sostenibles pueden generar sentimientos negativos como culpa y decepción. Estas emociones influyen en la intención de compra, ya que los consumidores prefieren productos que se alinean con sus valores. Comprender cómo los atributos del producto afectan a las emociones permite a las empresas crear estrategias de marketing eficaces que resaltan los beneficios de la sostenibilidad y fomentan conexiones emocionales con los clientes, promoviendo así un consumo más responsable.

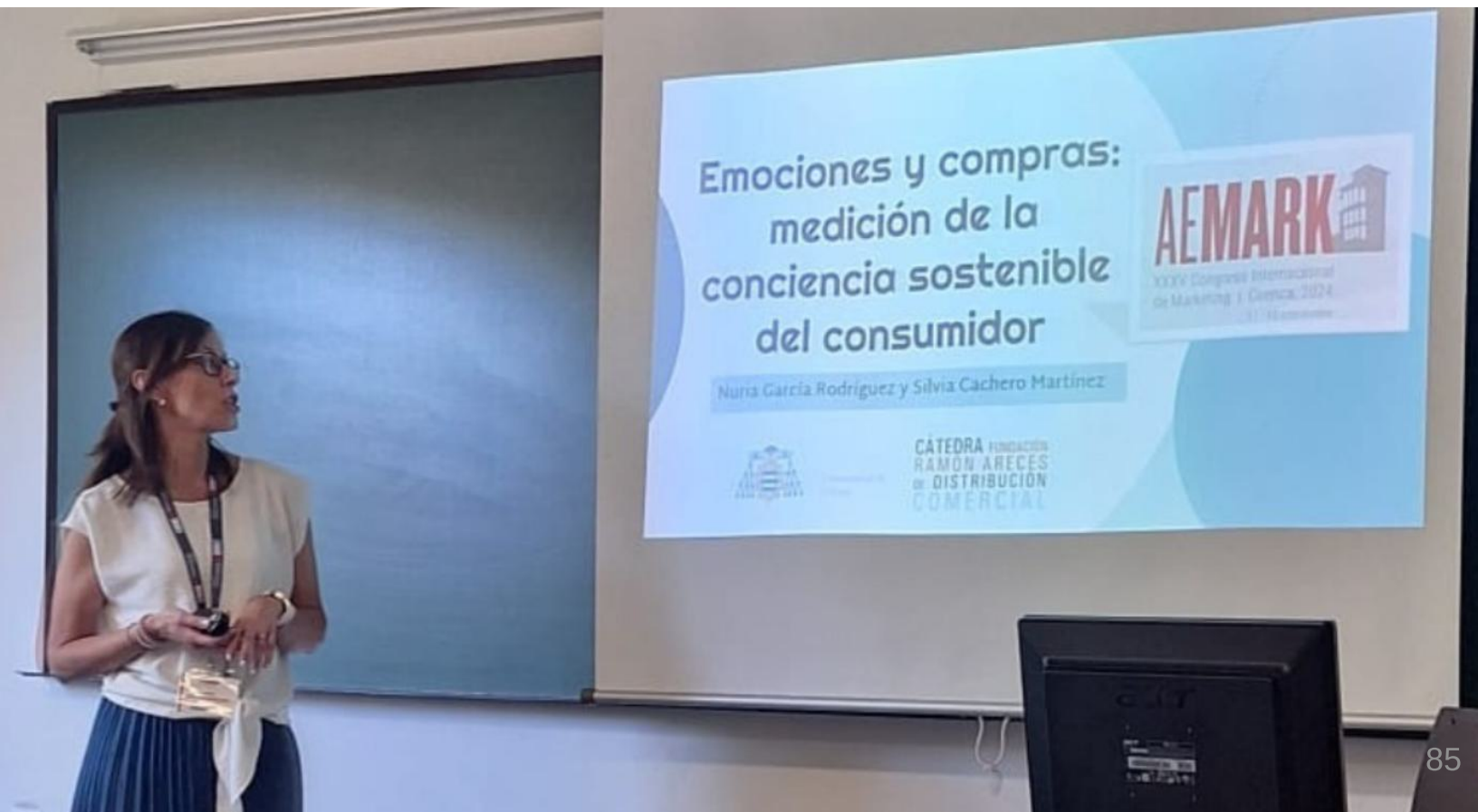
Proyectos de investigación y ayudas

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Publicaciones en revistas

García-Rodríguez, N., Cachero-Martínez, S., & González-Fidalgo, E. (2025). Sustainable Consumption for a Better Life: Consumer Well-Being—A Review and Research Agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 49(5), e70109.

García-Rodríguez, N., Cachero-Martínez, S., & Sanzo-Pérez, M.J. (2025). The Impact of Product Attributes on Sustainable Purchasing and Its Emotional Effects on Consumers: The Role of Social Enterprises. *Economic & Business letters*, aceptado, pendiente de publicación.



Tesis doctorales



La Cátedra promueve actualmente dos **proyectos de tesis doctoral**:

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

Doctorando: D. Alejandro Vega López

Tesis doctoral en curso

Directores: María José Sanzo Pérez y Nuria Viejo Fernández

Título: Redes sociales y comportamiento del consumidor en un entorno de IA

Doctoranda: Dña. Laura Sofía Bento da Silva

Tesis doctoral en curso

Directores: María José Sanzo Pérez y Silvia Cachero Martínez

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

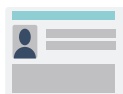
En colaboración con el Programa de Doctorado en Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo



1, 2, 3 y 29 de octubre de 2024



Formato online a través de la plataforma MS TEAMS



Ponentes:

D. Ánibal Enrique Toscano Hernández
Universidad del Sinú - Colombia

Dña. Silvia Cachero Martínez
Universidad de Oviedo

**METODOLOGÍA DE REVISIÓN SISTEMÁTICA
DE LA LITERATURA Y
ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO
EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA Y
EMPRESA**

DOCENCIA

PROF. DR. ANIBAL ENRIQUE TOSCANO HERNÁNDEZ
UNIVERSIDAD DEL SINÚ - COLOMBIA

PROF. DRA. SILVIA CACHERO MARTÍNEZ
UNIVERSIDAD DE OVIEDO

FECHA

1, 2, 3 Y 29 DE OCTUBRE

DE 16.00 A 18.30 HORAS

CURSO DE FORMACIÓN ESPECÍFICA.
PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA

**CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

 **Universidad de Oviedo**

 **FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES**



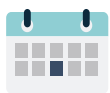


Seminarios de investigación

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Aproximación estadística al meta-análisis. Aplicación al ámbito de la economía y empresa

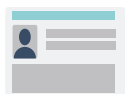
En colaboración con el Programa de Doctorado en Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo



13, 15 y 29 de enero de 2025



Formato online a través de la plataforma MS TEAMS



Ponentes:

Dña. María Jesús Barroso
Universidad de Extremadura

D. Víctor Valero
Universidad de Extremadura

The poster features the logos of the Universidad de Oviedo and the Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial at the top. The main title is 'APROXIMACIÓN ESTADÍSTICA AL META-ANÁLISIS' in large blue letters, followed by the subtitle 'APLICACIÓN AL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA Y EMPRESA'. A QR code is located on the right side with the text '¡INSCRIBETE!' below it. The speakers are listed as 'Dra. María Jesús Barroso Méndez (Universidad de Extremadura)' and 'Dr. Víctor Valero Amaro (Universidad de Extremadura)'. The program is part of the 'PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA' and is offered in a 'Modalidad: clases sincrónicas on-line + tutorías virtuales'. The dates and times are: '13, 15 DE ENERO (DE 17:00 A 20:00)' and '29 DE ENERO (DE 16:00 A 20:00)'. An illustration on the right shows three people interacting with digital devices.

Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

**APROXIMACIÓN ESTADÍSTICA AL
META-ANÁLISIS**

APLICACIÓN AL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA Y EMPRESA

¡INSCRIBETE!

Impartido por:

- **Dra. María Jesús Barroso Méndez**
(Universidad de Extremadura)
- **Dr. Víctor Valero Amaro**
(Universidad de Extremadura)

PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA

Modalidad: clases sincrónicas on-line + tutorías virtuales

13, 15 DE ENERO (DE 17:00 A 20:00)

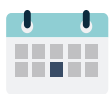
29 DE ENERO (DE 16:00 A 20:00)

Seminarios de investigación

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Introducción a los métodos experimentales en estudios empresariales

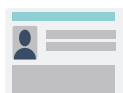
En colaboración con el Programa de Doctorado en Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo



17 y 18 de febrero de 2025



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



Ponente:

D. Fabien Pecot

TBS Education Barcelona

Departamento de Administración de Empresas

INTRODUCCIÓN A LOS MÉTODOS EXPERIMENTALES EN ESTUDIOS EMPRESARIALES

Impartido por:
Fabien Pecot
Profesor MARKETING

tbs INSPIRING EDUCATION INSPIRING LIFE

WORKSHOP

DISEÑO EXPERIMENTAL

FEEDBACK

17 Y 18 DE FEBRERO
16h a 19h
Facultad de Economía y Empresa (Aula 85)
Opción seguimiento online

Inscripciones abiertas

CURSO DE FORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA

CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

frA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

Neuro Science Retail LAB

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



Neuro Science Retail Lab Cátedra Fundación Ramón
Areces

Laboratorio de investigación en comportamiento del consumidor basado
en herramientas de neurociencia

Equipamiento:

- Gafas de seguimiento ocular (*eye tracking*)
- Diadema de electroencefalografía (EEG)
- Anillo de medición de la sudoración de la piel y el pulso sanguíneo (sensor galvánico y PPG)

Localización

Despacho Cátedra FRA (Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo).

Características

Sincronización entre tecnologías y grabación de datos conjuntamente con el objetivo de realizar un análisis conjunto de las señales obtenidas.

Software de recopilación de datos de los sensores sincronizados y de exportación de datos (en Excel u otras plataformas).

Software de análisis con las siguientes métricas:

- *Carga del trabajo* (uso de recursos cognitivos para realizar una tarea o visualizar un estímulo).
- *Engagement* (grado de conexión entre la persona y el estímulo o la experiencia).
- *Memorización* (intensidad de los procesos cognitivos relacionados con la formación de recuerdos).
- *Valencia* (grado de atracción experimentado durante la presencia del estímulo o experiencia).
- *Impacto* (los efectos fisiológicos derivados del estímulo o la experiencia).
- *Activación emocional* (activación fisiológica producida por una experiencia en el tiempo).
- *Atención visual* (áreas de interés visual, cuantificando la atención visual prestada).

Otras actividades y colaboraciones



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMON ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



1	Premio Trabajo Fin de Grado	92
2	Pertenencia a consejos asesores y comités de expertos	93
3	Proyectos de innovación docente	95
4	Publicación de manuales	96
5	Jornada Abierta de Partes Interesadas de El Corte Inglés	97

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 de Formación en Retail y en la publicación de un extracto del TFG en el libro que edita anualmente la Cátedra.

Este premio fue convocado el 10 de marzo de 2025 para los TFG presentados durante el curso académico 2023/2024 y 2024/2025 (hasta el día 31 de julio de 2024). El plazo de presentación de solicitudes estuvo abierto hasta el día 31 de julio de 2025.

Premio Trabajo Fin de Grado en materias de DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y RETAIL



Plazo abierto hasta 31 de julio de 2025



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

En esta edición se presentó una única candidatura, que reunía los requisitos establecidos en la convocatoria:

D. Jesús Ricardo Fernández Rodríguez

"La adopción de la IA por parte de las pequeñas empresas de retail en Castrillón. Un enfoque cualitativo"
Universidad de Oviedo

La Comisión de Valoración, reunida el 5 de agosto de 2025, decidió otorgar el premio a TFG presentado por **D. Jesús Ricardo Fernández Rodríguez**, procedente de la Universidad de Oviedo y tutelado por el profesor D. Jorge Álvaro Alonso Mogollón.

Pertenencia a consejos y comités

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias

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.

Pertenencia a consejos y comités

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Comité de Expertos de la Asociación Española de Retail

La Directora de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial forma parte del Comité de Expertos de la Asociación Española de Retail.

Os presentamos al Comité de Expertos de la Asociación Española del Retail

Coordinador del Comité
de Expertos AER



Domingo Esteves

Board member y consejero
ajeno con más de 20 años
de experiencia en retail
moda y restauración rápida.
Lider experimentado
especialista en expansión
comercial, gestión de talento
e innovación en el sector
retail.



Benjamin del Alcázar

Decano de la Facultad de
Marketing y Gestión y
director del Máster en Retail
Marketing de la UMA



Beatriz Bayo

Experta en liderazgo
sostenible y ESG. Más de 20
años de carrera en Mango.
Consultora en Prodel Group.
Profesora en EDSI UFF



Pablo Gutiérrez

Ex Director de Ventas Retail
en Orange España. Profesor
de Liderazgo y Ventas en
Escuelas de Negocios



Jesús Hernández

Subdirector del Centro
Comercial La Vaguada de
Madrid



Rai Iglesias

Retail Manager. Más de 15
años de experiencia en la
integración de nuevas
tecnologías en retail



Rosa Pilar López

Experta en investigación de
mercados, conocimiento del
consumidor y de la
distribución



Emilio Luján

Experto en transformación
digital y reestructuración de
empresas de retail y
tecnología. Director general
de MOODO



Rafael Machín

CEO de Fuerza Comercial y
Director de la Escuela
Universitaria de ventas. Más
de 40 años de experiencia en
Retail



Mar Mafeno

Ejecutiva internacional
especializada en estrategia,
retail e innovación. CEO de
DNA Futura



José Luis Míndez

Profesor titular y vicedecano
de posgrado y formación
continua de la Facultad de
CC.EE y CE de la UAH



Miriam Malina

Consultora con más de 25
años de experiencia en retail
y tecnología en entornos
internacionales



Enrique Ortega

Abogado. Doctor en Derecho.
experto en retail y
franquicia



Jaime Pirtschner

Más de 30 años en Retail,
Nacional y Multinacional. DG
de Phase House. Docente en
escuelas de negocios



Caro Saldaña

Experta en transformación
digital, estrategia e
innovación aplicada en Retail
y Moda. Académica
Fundadora de FAME



Mónica San José Roca

VP Sales EMCA Perry Ellis
International. Consejera en
EcoIntelligent Growth. Co-
Fundadora de Retail ECom



María José Sanzo

Consultora de
Comercialización e
Investigación de Mercados.
Más de 30 años de
experiencia docente



Manuel Zaplana

Más de 25 años de
experiencia retail. Socio
Director en branding así
retail y miembro de junta
directiva de Grecores



Pilar Zorrilla

Profesora de Marketing en la
CEU. Co-directora del
Ejecutivo MBA de la CEU.
Advisor y speaker de Retail
Marketing

Proyectos de innovación docente

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Proyecto de innovación docente

“De la clase a la ciudad: Inteligencia artificial y aprendizaje colaborativo para impulsar el comercio urbano local como aula extendida”

Organismo financiador: Instituto de Investigación e Innovación Educativa (INIE) de la Universidad de Oviedo.

Duración del proyecto: 2025 – 2026

La participación de la Cátedra FRA en este proyecto se materializará en la financiación del taller ***"Inteligencia artificial generativa aplicada a la comercialización y al marketing"***

Ponente

Noelia Margarita Moreno Martínez

Formato: dos sesiones de tres horas cada uno (modalidad online).

Destinatarios: Estudiantes de la asignatura *"Distribución Comercial y Comercio Electrónico"* (4º curso, Grado en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo)

Objetivos:

- Presentar al alumnado herramientas de inteligencia artificial generativa para la creación de contenido y material para mejorar la difusión y visibilidad de los productos y los servicios que ofrecen los comercios colaboradores.
- Desarrollar en el alumnado destrezas de uso de estas herramientas de IA para la creación de contenido y material que ayude a la mejora de difusión y visibilidad de los productos y los servicios de los comercios.

Comercios colaboradores:



Publicación de manuales

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

“El nuevo derecho digital I. Los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales”

Directores: D. Fernando Gómez Pomar y D. Ignacio Fernández Chacón

Edición: Octubre 2024

Colección: Grandes tratados

ISBN digital: 978-84-1391-152-6

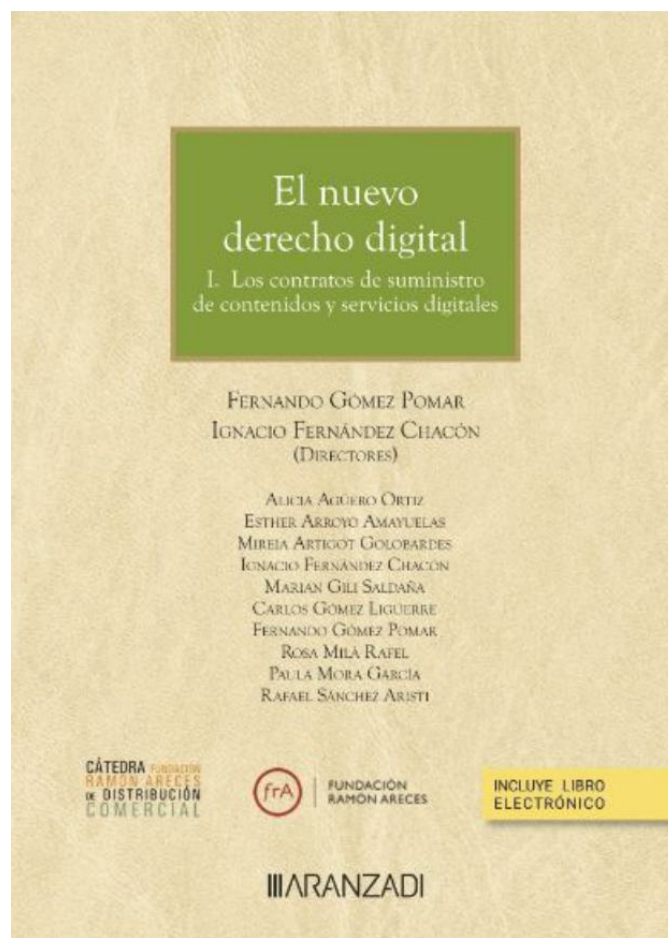
ISBN papel + digital: 978-84-1391-153-3

Editorial Aranzadi

Descripción:

La Directiva 2019/770 y su transposición al Derecho español han introducido el contrato de suministro de contenidos y servicios digitales, adaptándose a los nuevos escenarios de contratación digital y otorgando un status jurídico a esta actividad masiva.

Esta obra presenta una visión integral y sistemática del régimen jurídico de estos contratos, inexistente hasta ahora en España. No se limita a comentar los preceptos de la Directiva 2019/770 o sus normas de transposición en el Texto Refundido de Consumidores y Usuarios y el Código Civil de Cataluña, sino que se organiza en torno a los grandes ejes temáticos de estos contratos.



Jornada Abierta de Partes Interesadas ECI

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial fue invitada a participar en la "Jornada Abierta de Partes Interesadas" organizada por El Corte Inglés y que se celebró en Madrid el 20 de febrero de 2025.



JORNADA ABIERTA DE PARTES INTERESADAS

20 de febrero de 2025, de 10:30 a 12:45h.

Formato híbrido:

Sala de Ámbito Cultural (El Corte Inglés de Callao, 4ª Planta) + Streaming

10:30 INTRODUCCIÓN Y BIENVENIDA

Moderador: **José Ángel Usero**, Comunicación El Corte Inglés.

Bienvénida: **Carlos Cabanas**, Director de RR.HH. y Sostenibilidad, El Corte Inglés.

10:45h EL PLAN DIRECTOR DE SOSTENIBILIDAD 2025-2030 DE EL CORTE INGLÉS

Líneas maestras: **Bernardo Cruza**, Sostenibilidad, El Corte Inglés

Turno de preguntas.

11:00h CHARLA MAGISTRAL. PACTO VERDE EUROPEO: EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS

D. **Daniel Calleja**, Director General de Servicios Jurídicos de la Comisión Europea.

Turno de preguntas.

11:25h EL PLAN DE TRANSICIÓN HACIA NET ZERO DE EL CORTE INGLÉS

Introducción: **María Fernández**, Sostenibilidad/Medio Ambiente, El Corte Inglés.

David Llorente, Medio Ambiente, Applus Novotec.

11:40h PRESENTACIÓN: LOS OBJETIVOS BASADOS EN LA CIENCIA

D.ª **María del Mar Rojas**, SBTi Engagement Manager Europe.

Turno de preguntas.

11:55h MESA REDONDA: LOS RETOS DEL ALCANCE 3: CADENA DE VALOR

Brezo Tejerina, Sostenibilidad, El Corte Inglés. **Enrique Segovia**, Director de Conservación, WWF España.

David Llorente, Medio Ambiente, Applus Novotec. **María José Rubial**, Responsable de Impacto Corporativo, Ecoalf.

Turno de preguntas.

12:20h LA POLÍTICA CORPORATIVA DE SOSTENIBILIDAD (actualizada)

Introducción: **Bernardo Cruza**, Sostenibilidad, El Corte Inglés.

Joan Fontrodona, Director del departamento de Ética Empresarial, IESE Business School.

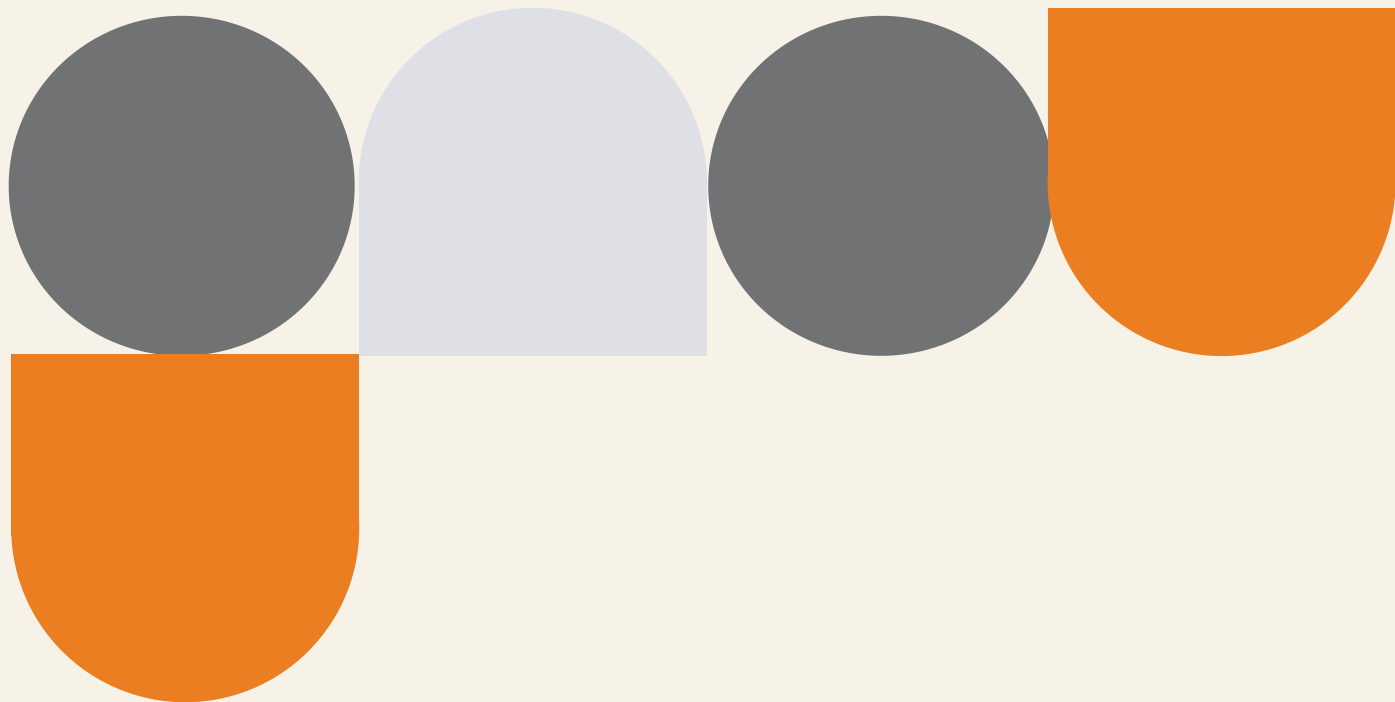
Turno de preguntas.

12:40h. Últimas preguntas y cierre

Se ruega confirmar asistencia presencial o vía streaming.



Responsablemente



CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECÉS
DE **DISTRIBUCIÓN**
COMERCIAL

