



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

## Jornada "Productos locales y distribución moderna: retos para un consumo sostenible"



La Jornada "Productos locales y distribución moderna: retos para un consumo sostenible" ha sido organizada por la Cátedra Ramón Areces de Distribución Comercial en colaboración con el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Cantabria, y tuvo lugar el 19 de mayo de 2022 en la Facultad de Derecho de la Universidad de Cantabria. El acto inaugural contó con la presencia de Pablo Coto, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria; Eva Bartolomé, Directora General de Comercio y Consumo del Gobierno de Cantabria; Juan Antonio Trespalacios, catedrático de la Universidad de Oviedo y Director de la Cátedra, y Jesús Collado, profesor de Comercialización e Investigación de Mercados y Vicedecano de Planificación, Recursos e Infraestructuras de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria.

El objetivo de la jornada fue analizar en qué medida se puede facilitar la entrada de productos locales, vinculados fundamentalmente a pequeños negocios, en un contexto tan competitivo y masivo como es la distribución moderna, principalmente a través de plataformas de hipermercado y supermercado. Todo ello



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

desde una óptica de sostenibilidad, señalando cómo la producción local contribuye a un consumo más sostenible.

La Jornada se estructuró en dos partes: una ponencia invitada, en la que se habló del proyecto El Súper de los Pastores del Grupo Deluz; y una mesa redonda sobre "El papel de los productos locales en el retail del futuro", en la que participaron Pedro Duplá, de El Corte Inglés en Cantabria, Pedro Marentes, de Lupa Supermercados, Bruno Sánchez-Briñas, de la Fundación Botín, y José Carral, de Joselín Sobaos y Quesadas.

El Súper de los Pastores es un caso de éxito en la puesta en valor de los productos de proximidad. María Ruiz y David Muñoz, dos de sus responsables, comenzaron su intervención contando el origen del proyecto y la situación que entonces se vivía: abril de 2020, confinamiento, restaurantes de Deluz y Compañía cerrados, sin ventas y con muchas obligaciones de pago: créditos, facturas, nóminas... y sin fecha de apertura. La primera idea fue hacer una web para vender *online* todos los productos cántabros de los ganaderos y agricultores ecológicos y artesanos con los que trabajaban desde hace años. No obstante, consideraron que esa era una vía muy lenta para dar salida a todo el género que ya habían adquirido a proveedores, y decidieron abrir pequeñas tiendas de barrio para generar más venta rápida y poder seguir ayudando a los productores locales: esas pequeñas tiendas de barrio, donde solo venden producto de temporada y de las zonas próximas, han cruzado ya las fronteras cántabras y hoy en día pueden encontrarse en otros lugares, como Madrid. No obstante, el requisito sigue siendo el mismo: vender género de productores locales. A las tiendas de barrio les han seguido otras muchas iniciativas, como el servicio de creación de recetas saludables para Brittany Ferries, *corner shop* a bordo de los Brittany Ferries, o la última incorporación, el servicio de catering para empleados de Inditex. María y David afirman que el éxito viene dado por sus tres pilares fundamentales: la identidad, la calidad y la sostenibilidad; y que no entienden el uno sin el otro. Su seña de identidad es el producto local, de proximidad y de gran calidad. Con las compras a estos productores locales activan la zona rural y fijan población en los núcleos rurales, combatiendo por tanto la despoblación. Sin duda, las ganas de cambio, tanto de los consumidores como de las empresas, sea cual sea su tamaño, ha impulsado la creación de este nuevo negocio del Grupo Deluz.



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES



A continuación, en la mesa redonda "El papel de los productos locales en el retail del futuro", Jesús Collado fue cediendo la palabra a los cuatro participantes para que contasen su procedencia, cómo ven la evolución del consumo hacia la sostenibilidad y qué factores mejoran la competitividad de los pequeños productores.

En primer lugar, Pedro Duplá, de El Corte Inglés en Cantabria, afirmaba que su empresa está tratando de potenciar lo local, con casi 600 proveedores cántabros y más de 1000 referencias de productos locales. Además, al menos dos veces al año organizan la feria "Hecho en Cantabria", para dar a conocer producto de la zona. En cuanto a la sostenibilidad, afirma que el producto local es clave para conseguir la lealtad de los consumidores. Pedro considera que la gran distribución debe ayudar a los productores locales, para que sus productos lleguen a mucha más gente y que se consigan cambiar los hábitos de los consumidores por unos más saludables, donde el precio no sea lo único a tener en cuenta.

En segundo lugar, Pedro Marentes, de Lupa Supermercados, presentaba al supermercado como un referente de la región en frescos, con un amplio surtido, y que, además de supermercados tiene también *Cash & Carry* y tiendas *Discount*. Su zona de actuación no es exclusivamente Cantabria, también tienen supermercados en La Rioja y Castilla y León. No obstante, es en Cantabria donde tienen una mayor





Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

presencia, siendo el mayor empleador de la región con más de 5.000 trabajadores. En cuanto al producto local, han trabajado con la Fundación Botín para mejorar el acceso a la carne IGP de Cantabria, consiguiendo que el 90% de sus ventas en carnicería procedan de productores cántabros. Pedro también resaltó la importancia de la sostenibilidad y la salud como factores importantes a tener en cuenta para mejorar la competitividad de los pequeños productores.

En tercer lugar, Bruno Sánchez-Briñas, de la Fundación Botín, comenzó su intervención hablando de la unión entre la Universidad de Cantabria y la Fundación, dado que un primer análisis llevado a cabo por dicha Universidad les permitió decidir con qué zona trabajar. Así fue como comenzaron su programa "Desarrollo de un sistema integral de producción y comercialización de carne de vacuno de calidad en el valle del Nansa y Peñarrubia". En estas zonas la mayoría de la actividad era ganadera, de ahí el éxito de este programa que pretendía "dejar valor en la tierra". En su caso, ellos recomiendan siempre a sus asociados que cumplan con los estándares de calidad de la carne. Como factores que puedan mejorar la competitividad señalan también la sostenibilidad, y el emprendimiento en la zona rural.



Por último, José Carral, de Joselín Sobaos y Quesadas, que representa la tercera generación al frente de la empresa, señala la importancia de hacer un producto local de calidad. Así es como han conseguido facturar en el último año 3,5 millones de euros, 35% vendido en la gran distribución, 40% tiendas de retail



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

autoventa y 25% en distribuidores regionales. En su caso, opina que al consumidor aún le queda mucho que evolucionar en el ámbito de la sostenibilidad. Todo el mundo valora lo sostenible, pero no está dispuesto a pagar mucho más por ello. En cuanto a la competitividad, en su caso han tratado de diferenciarse incluyendo visitas a su fábrica, para que los clientes vean de primera mano cómo se elabora el producto y conozcan los valores de la empresa. José considera muy importante el papel que el Gobierno puede jugar en este sentido, fomentando medidas que favorezcan el arraigo.