

## Las estrategias de Eroski, Carrefour, Alcampo y Grupo MAS para adaptarse al nuevo consumidor, en Auténtica 2024

Auténtica reunirá a directivos de la Gran Distribución y el Retail para analizar las tendencias y desafíos del sector derivados de los cambios económicos, tecnológicos y del comportamiento del consumidor

Los días 16 y 17 de septiembre tendrá lugar en Sevilla la segunda edición del evento dedicado a la alta gastronomía, la gran distribución y la industria alimentaria

Madrid, 29 de julio de 2024 – [Auténtica Premium Food Fest](#), dedicado a realzar el producto gourmet y la dieta mediterránea, reunirá en Sevilla a **más de 7.000 profesionales** de la industria alimentaria, gran distribución, retail, alta gastronomía y sector Horeca los próximos **16 y 17 de septiembre**. Precisamente, con el foco puesto en los retos actuales a los que se enfrentan los directivos de cadenas de supermercados, mayoristas, tiendas especializadas en alimentación, Auténtica acogerá el **Foro de la Gran Distribución y Retail**. Un espacio de transferencia de conocimiento e innovación que reunirá a los principales directivos del sector para ofrecer un diálogo que abarca las últimas tendencias y su adaptación a un contexto en constante evolución, entre los que destacan **Enrique Monzonis** (Eroski), **Ricardo Fernández** (Carrefour), **Vicente Martín** (Grupo MAS), **Ion Uranga** (Uvesco), **Matilde G. Duarte** (ANGED), **Yolanda Fernández**, (Alcampo) o **Yolanda Agüera** (Grupo Áreas).

### Descubriendo las últimas tendencias en la Gran Distribución

El sector de la gran distribución se enfrenta a desafíos importantes derivados de los cambios económicos, tecnológicos y del comportamiento del consumidor. **Laureano Turienzo**, presidente de la Asociación Española del Retail, analizará la evolución de los supermercados y las nuevas formas de distribución de alimentos y bebidas, que se han tenido que adaptar a las tendencias actuales de consumo, donde el perfil de consumidor digital marca el rumbo.

Así, el auge del ecommerce, las nuevas demandas de un consumidor más interesado en productos sostenibles y saludables, y el contexto inflacionista y las fluctuaciones en los precios de las materias primas exigen a las empresas de la gran distribución ser capaces de adaptarse rápidamente. En este sentido, **Enrique Monzonis**, Director de Innovación y Sistemas de Eroski, y **Victor Luque**, Director General de Trops, ahondarán en cómo las empresas deben apostar por la digitalización, la personalización, la sostenibilidad y la innovación para adaptarse y prosperar en este entorno dinámico.

En esta línea, tras cuatro años en los que la sociedad se ha visto afectada por una pandemia mundial y la consiguiente crisis inflacionaria, el sector de la gran distribución está recuperando la normalidad. Sin embargo, aún existe preocupación por la devaluación debida a la acción de la oferta barata, que ha cristalizado en un problema para distribuidores y fabricantes. Ante esta situación, **Cesar Vallencoso**, Director de Insights de Kantar, dará respuesta a cuestiones como si el sector está balanceando bien el corto y el largo plazo o cuál es la estrategia para recuperar el volumen de mercado. Por su parte, **María Miralles**, Leader of the Consumer, Retail & Fashion sector de McKinsey, **Antón Delbarre**, Chief Economist de Eurocommerce, **Matilde G Duarte**,

Auténtica es un evento de:

**NEBEXT**  
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

en colaboración con:



Presidenta de ANGED y **Felipe Medina**, Secretario General Técnico de ASEDAS, presentarán el informe *The State Of Grocery Retail 2024* y ahondarán en los aspectos que más preocupan al sector.

### **Priorizar en la calidad del producto para fidelizar al cliente**

Uno de los ejes transversales en el que se enfocará el foro es el de la calidad del producto y la seguridad alimentaria, en aras de mantener la confianza del consumidor. Así, **Ricardo Fernández**, Director de Calidad y Sostenibilidad de Carrefour, ahondará en cómo a través de la inversión en sistemas avanzados de trazabilidad y prácticas de producción sostenible, las empresas garantizan la alta calidad y seguridad de los alimentos, además de la sostenibilidad de la cadena de suministro.

Tarjetas de puntos, beneficios por ser cliente habitual y hasta sorteos con premios, la Gran Distribución y el Retail necesitan emplear esfuerzos en las relaciones con sus clientes, en un contexto de máxima competencia. Sin embargo, las ofertas y condiciones preferentes ya no son suficientes. **Ion Uranga**, Responsable de Proyectos UVESCO, compartirá como ahora las grandes firmas buscan diferenciarse a través de la personalización de la experiencia, ya que la confianza y la satisfacción del cliente son fundamentales a largo plazo en la estrategia de fidelización.

Otro de los aspectos fundamentales a la hora de analizar la nueva deriva del sector de la alimentación, es que el consumidor ha comenzado a dar prioridad a la sostenibilidad en sus compras, lo que refleja un cambio hacia un consumo más consciente. Ante este cambio de paradigma, **Yolanda Fernández**, Directora de RSC, RRII, y Comunicación Externa de Alcampo, **Ion Uranga**, Responsable de Proyectos UVESCO y **Delia Pascual**, Directora de Marketing y Sostenibilidad del Grupo MAS, compartirán las estrategias y prácticas que han adoptado para respetar estos valores y crear así un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

### **Retail y Gran Distribución se dan la mano en los nuevos espacios de consumo**

La restauración se ha centrado tradicionalmente en ofrecer experiencias de comida preparada y servicio en el lugar o para llevar, mientras que el Retail se ha enfocado en la venta de productos y bienes de consumo. Sin embargo, numerosos establecimientos de Retail han implementado opciones de comida preparada, mientras que los restaurantes integran productos para venta directa. **Vicente Martín**, Director de MAS&GO, analizará esta nueva realidad que dibuja un nuevo sector más híbrido y que vive el cambio de hábitos del consumidor como una oportunidad de sinergia entre ambos modelos, más que como un problema.

---

**Sobre Auténtica Premium Food Fest (16-17 de septiembre 2024):** es un evento organizado por [NEBEXT](#), empresa especializada en eventos profesionales centrados en la innovación y en la transferencia tecnológica como [HIP – Horeca Profesional Expo](#) y [Food 4 Future – Expo Foodtech](#), en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y de Fondos Europeos. Auténtica es una Expo y un Congreso anual para los principales actores de la cadena de valor de la industria de la alimentación y la gastronomía que buscan productos premium que mantengan un diálogo y conciencia social.

Auténtica es un evento de:

**NEBEXT**  
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

en colaboración con:

