

## **El Consorcio del Chorizo Español organiza el evento: retos y tendencias del sector retail**

### **El Consorcio del Chorizo Español reúne a los principales actores del sector retail para debatir sobre todas sus novedades y tendencias**

Debatir sobre todos los retos a los que se enfrenta en la actualidad el sector retail y tratar de ver cómo se enfrenta el mercado a estas novedades y tendencias. Este ha sido el principal objetivo de la jornada organizada por el Consorcio del Chorizo Español, en la que se han dado cita más de 50 personas y en la que se ha analizado desde diferentes puntos de vista las variaciones que ha sufrido este ámbito en los últimos años.

En el evento, que comenzó con la bienvenida de Alfonso Alcázar, presidente del Consorcio del Chorizo Español y director de Grupo Tello, expertos de diferentes áreas han debatido sobre la situación actual del sector retail. En su caso, expuso la importancia de este aspecto dentro del sector cárnico.

El acto ha contado con la ponencia de Ignacio Sánchez, director general de Leroy Merlin, quien muestra a través de su conferencia, cómo liderar en el negocio durante el siglo XXI. Desarrolla la idea de invertir en época de crisis y así poder reforzar el negocio. A su vez focaliza la necesidad del consumidor de sentir experiencias de compra a través de la digitalización de los mercados y esto se conseguirá facilitando el contacto y relación con la marca. La jornada se cerró con una mesa redonda moderada por Mónica Prado, jefa de área de Economía de Antena 3, y la participación de Ignacio Sánchez; María Sánchez, directora de marketing de NOEL; Ángel Monreal, CEO & Founder de Fresh Core Consulting; y Oriol López, director de ventas de Celeritas. En la mesa se debatió sobre cómo las nuevas tecnologías están afectando al proceso de compra, donde todas las empresas tienen que actualizarse para acercarse al consumidor final. Por otro lado, se ha tratado la necesaria adaptación de las empresas a nivel logística y distribución ante la digitalización del retail y sobre todo cómo puede afectar y qué soluciones existen para el producto fresco y/o refrigerado. Se ha destacado la importancia de que las marcas transmitan al cliente la seguridad necesaria para que confíen en que su producto va a llegar en las mejores condiciones, tal y como ha salido de punto de distribución, sobre todo en el caso de los productos frescos.

Además, se ha hablado de las nuevas formas de promoción de las marcas líderes en el mundo, que potencian sus ventas conociendo los gustos y necesidades de su público objetivo para ajustar sus estrategias de marketing al mercado.

#### **Datos de contacto:**

Actitud de comunicación

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing Restauración Consumo](#)

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>