



RETAIL TOUR LA IMPLANTACIÓN DE LA NAVIDAD EN EL REINO UNIDO

25 DE NOVIEMBRE 2025

Resumen de la jornada

- Pasa un día en Londres rodeado de profesionales del gran consumo y de los expertos que te guiarán por el recorrido.
- Explora las estrategias de los supermercados y fabricantes británicos durante el último trimestre del año, el “Golden Quarter”, su temporada más decisiva.
- Visita las principales enseñas del gran consumo británico.
- Comprueba las estrategias de los supermercados para competir entre sí, además de con las cadenas de surtido corto.
- Observa ejemplos de productos innovadores que responden a la demanda del consumidor actual y cómo toman protagonismo los productos premium.
- Toma inspiración de las acciones dirigidas al periodo navideño en uno de los entornos más influyentes del retail mundial.

¡INFÓRMATE!

¿Por qué Londres y durante el “Golden Quarter”?

El “**Golden Quarter**” es el término con el que el sector retail británico se refiere al **último trimestre** del año (octubre-diciembre), cuando se concentra entre el **30 % y el 40 % de las ventas anuales** del comercio minorista.

Durante estas semanas, los supermercados británicos despliegan todo su potencial en **visual merchandising, promociones llamativas, innovación en producto, activaciones emocionales y campañas multicanal**, convirtiendo a Londres en el escaparate más avanzado de Europa.

En **noviembre**, los lineales de los supermercados se llenan de **productos navideños**. La oferta es muy amplia: desde platos preparados y snacks calientes, hasta artículos de decoración para la mesa y el hogar. Ya sea de marca de fabricante, como de marca de distribuidor, las fechas navideñas son una oportunidad para presentar los productos tanto básicos como premium, adecuado a las posibilidades de cada familia para celebrar la Navidad. Además, esta variedad navideña cubre todos los segmentos del mercado: productos saludables, veganos, sin gluten, infantiles, etc.



¿Por qué asistir?

- **Inspiración directa:** Londres marca las tendencias que después se extienden al resto de Europa.
- **Benchmark navideño real:** el mercado británico es uno de los más sofisticados en la gestión de campañas estacionales.
- **Aplicación práctica:** cada visita se traduce en ideas accionables para surtido, comunicación o experiencia de compra.
- **Perspectiva internacional:** ideal para marcas que quieran conocer casos prácticos fuera de España.
- **Acompañamiento experto:** con dos consultores con amplio conocimiento del gran consumo español y británico, impartiendo el tour en castellano.



Testimonios:

Silvia Falco, International Manager Mercadona

"He participado al Retail Safari de Londres el pasado 30 de septiembre, la jornada ha sido constructiva y estimulante y me ha generado numerosas ideas para reflexionar. Gracias a su profundo conocimiento del mercado y su experiencia sobre el terreno, los organizadores han dibujado una ruta muy eficaz para poner el foco en los aspectos más significativos de la distribución británica. Todo ello en un contexto muy agradable, que ha sabido equilibrar profesionalidad y cercanía."

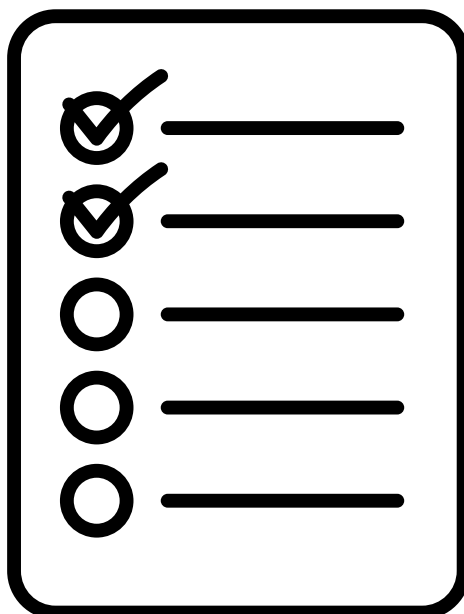
Malwine Steinbock, CEO Food Republik

"Una oportunidad única de explorar el mercado inglés y el panorama retail de la mano de dos expertos en la materia. Acudir a estas actividades te abre la mente y te hace ver las cosas con otros ojos. Muy recomendable para cualquier profesional del mundo FMCG."

Objetivos de la jornada

Comprender cómo se **construye la Navidad británica** desde el punto de vista del **retail, la categoría y la activación en punto de compra**, observando:

- Estrategias de **supermercados líderes** (Tesco, Sainsbury's, Waitrose, Aldi, Lidl, M&S...) para atraer el gasto en los momentos clave de la campaña (promociones para hacer compras adelantadas, promociones de carga, promociones para probar nuevos productos etc).
- Desarrollo de **categorías navideñas** (premium, indulgencia, gifting, ready-to-eat, bebidas...) y teatralización de las tiendas.
- Impacto de las **tendencias** de consumo en los ámbitos del **packaging, marca propia, promociones cruzadas y sostenibilidad**.
- Campañas de **retail media** y experiencia omnicanal.
- Cómo se equilibra la **emocionalidad navideña** con la **eficiencia promocional y la rentabilidad**.



Planificación

Una **jornada intensiva (ida y vuelta en el día)** recorriendo los supermercados, tiendas y conceptos navideños más innovadores del gran consumo británico. No es una ruta turística: es una **inmersión guiada** por dos expertos que llevan años analizando y explicando el mercado desde dentro.

La semana previa al viaje, los asistentes podrán disfrutar de una **sesión online exclusiva** en la que, además de tratar los datos logísticos de la actividad, se realizará un exhaustivo análisis de la **situación del sector del FMCG en el Reino Unido**, con especial foco en el "Golden Quarter". Los participantes tendrán la oportunidad de obtener información de primera mano, así como de plantear sus dudas y cuestiones referentes a la visita y a la realidad de sus respectivos negocios aplicadas al contexto del mercado británico.

Gracias a una cuidada preparación, los participantes visitarán una selección de **puntos de compra representativos** del retail británico y mundial. Entre ellos, supermercados de las cadenas líderes, tiendas discount, propuestas en conveniencia y food-to-go. El objetivo es analizar in situ cómo compiten entre sí y contra el sector de la restauración, observando sus estrategias comerciales, formatos de tienda y surtido de productos.

¿A quién va dirigido?

1. **Fabricantes españoles** de productos de gran consumo interesados en conocer casos prácticos aplicables en España de posicionamiento navideño.
2. **Supermercados o cadenas** que deseen inspirarse en el modelo de implantación estacional del Reino Unido.
3. **Departamentos de marketing, trade o innovación** que busquen ideas sobre activación en punto de venta y shopper experience que puedan utilizar con sus clientes en España.



Retailers que visitaremos

Acompañados por los expertos, visitaremos los principales supermercados del mercado británico:



Posicionamiento: discounter.

Cuota: 10,5%.

Discounter alemán (grupo Aldi Süd) con surtido corto, precios bajos y marcas propias de calidad. Durante la última década ha sido el distribuidor de mayor crecimiento constante..



Posicionamiento: precio.

Cuota: 11,5%

Supermercado familiar enfocado en precio bajo. Surtido más corto que Tesco y Sainsbury's, con presencia de marcas de fabricante. Está reforzando su red de tiendas de conveniencia y marcas propias.



Posicionamiento: discounter.

Cuota: 7,8%

Muy competitivo en precio, con imagen moderna y funcional. Sus promociones semanales y rotación de no alimentarios atraen perfiles diversos. El club de fidelización está impulsando sus ventas.



Posicionamiento: frescos.

Cuota: 8,6%

Supermercado tradicional con integración vertical y control de la cadena de suministro. Destaca su concepto "Market Street" en la entrada: una zona tipo mercado tradicional con productos frescos y comida preparada.



Posicionamiento: valor y valores.

Cuota: 14,8%

Posicionamiento: valor y valores | Cuota: 14,8%

Enfoque más premium que la media. Combina calidad en marca propia, sostenibilidad y surtido diverso. Líder en retail media y club de fidelización Nectar (integra varias marcas bajo una cuenta).



Posicionamiento: servicio al clientes.

Cuota: 26,2%

Líder del mercado con propuesta equilibrada en precio, variedad y fidelización. Líder en todos los canales: grandes centros, conveniencia y online. Más de 3.500 tiendas (Tesco, OneStop, Londis, Budgens).

Nota: cuotas NielsenIQ Junio 2025

M&S

Posicionamiento: calidad y comodidad.

Cuota: 4,0%

Cadena del segmento premium de soluciones de comida y con productos de alta calidad muy innovadores. Destaca especialmente en comida preparada, ocasiones especiales y productos gourmet, con una marca propia potente que transmite confianza y diferenciación, y supone casi la totalidad de sus ventas. Aunque sus precios son superiores a la media, atrae a consumidores que valoran la calidad y la conveniencia, especialmente profesionales urbanos con poder adquisitivo medio-alto. Su red se concentra en tiendas de conveniencia en ubicaciones estratégicas más que en grandes superficies, reforzando su rol como destino para la "compra top-up" y ocasiones especiales.

Nota: cuotas NielsenIQ Junio 2025

Equipo de Expertos



Xavier Cros xavi.cros@acrossthesopper.es

CEO y Co-Fundador de **Across The Shopper**, es uno de los referentes del **Shopper & Retail marketing** en España. Tras su dilatada etapa en AECOC, lanzó la consultora especializada en las disciplinas mencionadas que, en sus dos años de vida, ha llenado de **insights e innovación** el sector en España.



Miguel Flavián jmflavian@gmandco.com

Consultor independiente, lleva más de una década analizando el **mercado británico** y asesorando a empresas sobre cómo adaptarse a las dinámicas del retail local. Su enfoque combina **observación directa, rigor analítico** y una gran **claridad** comunicativa, lo que lo han convertido en referente para quienes desean crecer en el canal del gran consumo británico.

Precio: 950€ + IVA

Incluye:

- Sesión preliminar exclusiva de presentación y conocimiento.
- Acompañamiento de los expertos del sector.

No incluye:

- Vuelos.
- Comidas.

Opciones para ir y volver en el día

Punto de encuentro a las 9am (aprox.)
Salida hacia aeropuertos 4pm (aprox.)

Vuelos desde Barcelona

BARCELONA – LONDRES (GATWICK)
Easy Jet U28062
Salida 7:30 – Llegada 9:00

LONDRES (GATWICK) – BARCELONA
Vueling VY7843
Salida 17:20 – Llegada 20:25

Vuelos desde Madrid

MADRID – LONDRES (GATWICK)
Air Europa UX1013
Salida 7:35 – Llegada 9:00

LONDRES (GATWICK) – MADRID
Air Europa UX1016
Salida 17:25 – Llegada 20:55

