

Ficha de rol — Comercio minorista

Grupo 3: apuesta total

Café de Innovación RIA-CCC | Alianzas con el comercio minorista
19 junio 2026

Esta ficha es material interno del Café de Innovación RIA-CCC. Al final de la sesión se compartirán todas las fichas con el grupo

Quién eres

Llevas dos años al frente del minimarket que montaron tus padres hace veinte. Es un local de unos 120 metros cuadrados en un barrio obrero de ciudad media — bien situado, con mucho paso, clientela de toda la vida. Durante años funcionó como un todo-a-cien de alimentación: proveedor único, márgenes ajustados, mucho volumen, poca historia detrás de lo que se vendía.

Tú llevas tiempo viendo que ese modelo se agota. Los supermercados de proximidad — Día, Carrefour Express, los chinos de alimentación — te presionan en precio y en horario de una forma que no puedes sostener. No puedes ganar esa guerra. Lo que sí puedes hacer, y ellos no, es conocer a tus clientes, conocer a los productores de la zona y construir una propuesta que no se pueda copiar con escala.

Has decidido dar el giro. Quieres que en dos años el 60-70% de lo que vendas sea producto local con trazabilidad clara. Es una apuesta fuerte — lo sabes — y tienes por delante un período de transición complicado: parte de tu clientela actual no va a entender el cambio, los precios van a subir en algunas categorías, y tu estructura de costes es pesada. Pero estás convencido de que es la única salida viable.

Esta reunión con los productores es uno de tus primeros pasos concretos.

Tu situación

El local es grande para lo que quieres hacer — tienes espacio, tienes cámara de frío, tienes zona de exposición. Pero también tienes un alquiler alto y una estructura heredada que te obliga a generar un volumen mínimo de ventas cada mes. No puedes permitirte un período largo de transición con caída de ingresos.

Tienes una persona contratada a jornada completa y tú estás en el local prácticamente todo el día. Puedes gestionar la complejidad de trabajar con varios proveedores locales, pero necesitas que el sistema funcione — no puedes estar apagando fuegos constantemente.

Tu clientela actual es mixta: gente mayor del barrio con poco poder adquisitivo y hábitos de compra muy establecidos, y una parte más joven que ha llegado al barrio en los últimos años y que sí valora el producto local y de calidad. Tu apuesta es retener a los primeros con algunas referencias clave a precio accesible, y conquistar a los segundos con la propuesta de valor nueva.

Qué buscas en esta reunión

Quieres saber si estos productores pueden ser la base de tu nuevo modelo. Necesitas volumen suficiente, variedad razonable y una relación que pueda crecer. No buscas perfección desde el primer día — entiendes que hay que construir confianza — pero sí necesitas ver que hay capacidad y voluntad de crecer contigo.

Te interesa especialmente entender cómo podéis resolver colectivamente los huecos — qué pasa cuando un productor no tiene un producto que tú necesitas, cómo podéis coordinaros para que tu lineal no quede vacío.

Qué puedes ofrecer a los productores

- Volumen real y creciente — eres el comercio con mayor capacidad de absorción de los tres grupos
- Visibilidad máxima del productor en el local — quieres poner fotos, nombres, historias en el punto de venta
- Compromiso de relación a largo plazo — no buscas proveedores ocasionales sino socios
- Pago en 30 días de forma sistemática
- Disposición a adaptar el surtido y el formato a lo que los productores pueden ofrecer — no vienes con una lista cerrada de lo que quieres

Tus líneas rojas

- **El volumen mínimo:** necesitas que los productores puedan garantizarte un mínimo semanal. No puedes trabajar con quien solo tiene producto de vez en cuando.
- **La cobertura anual:** tu clientela necesita encontrar producto todo el año. Necesitas soluciones para los huecos estacionales — ya sea con otros productores, con conservas o transformados, o con algún tipo de planificación conjunta.

- **El precio al público:** tienes clientela con poder adquisitivo limitado en una parte del local. Necesitas que haya alguna referencia accesible en cada categoría — no todo puede ser premium.
- **La exclusividad de zona:** si te comprometes con un productor a volumen importante, necesitas que no abra simultáneamente a otra tienda del mismo barrio sin avisarte.

Lo que solo tú sabes

Estás en conversaciones con el Ayuntamiento para participar en un proyecto piloto de compra pública local — comedores escolares del barrio que quieren incorporar producto de proximidad. Si el proyecto sale adelante, necesitarías multiplicar por dos o tres el volumen que compras a productores locales. Eso cambiaría completamente la escala de lo que puedes ofrecer como cliente. Pero el proyecto todavía no está confirmado y no quieres generar expectativas que luego no puedas cumplir — así que solo lo mencionas si la negociación va muy bien y ves que hay productores con capacidad real de crecer.