

ININFA

A N D A L U C Í A



CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

Nº 15 MAYO 25

XVI

JORNADAS DEL SECTOR DE LA

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL



**"SUCESIÓN Y RELEVO GENERACIONAL
EN GRAN CONSUMO"**

21 DE MAYO DE 2025



GRUPO PROMAR

Más de **50 promociones** en 6 provincias de Andalucía

Lumbreras Plaza (Sevilla)



Rectorado Plaza (Granada)



954 221 058 | info@grupopromar.com

weltec
puertas automáticas



puertas automáticas
cierres enrollables
control de accesos
barreras y bolardos
guillotinas
servicio de mantenimiento
servicio postventa

955 380 844

info@weltecsd.com





staff EDICIÓN



Confederación Andaluza de
Empresarios de Alimentación
y Perfumería (CAEA)
comunicacion@caea.es
Edificio Toledo, 1.
Avenida de Hytasa, 38
41006 Sevilla
www.caea.es
Teléfono: 954 869 107

4 **Editorial**

“La necesaria planificación de la sucesión y el relevo generacional en el sector comercial de gran consumo”

Virginia González Lucena, *presidenta de CAEA*

6 **Opinión**

“Una alianza estratégica imprescindible”

María del Carmen Castillo Mena, *consejera de Desarrollo Educativo y Formación Profesional*

8 **Entrevista**

Florentino Santos Porras, *secretario general de Formación Profesional de la Junta de Andalucía*

14 **Reportaje empresa miembro**

ALIPENSA

María del Mar Padillo, *responsable RRH y cumplimiento normativo Alipensa*

20 **Noticias del Sector**

28 **Convenios**

30 **Noticias CAEA**

34 **Directorio Empresas Asociadas**

CONSEJO EDITORIAL

Presidenta

Virginia González Lucena

Presidente de Honor

Manuel Barea

Vicepresidente

Antonio Arroyo

Vicepresidenta

Mabel Díaz

Secretario General

Sergio Cuberos

Tesorero

Diego Ortiz Arévalo

Director General

Álvaro González Zafrá

CAEA, como editor de la Revista **LINEAL Andalucía**, no se hace necesariamente partícipe de las opiniones que puedan mantener los colaboradores de esta revista.

PRODUCCIÓN, DISEÑO Y MAQUETACIÓN



Smily Marketing y Comunicación

Calle Gonzalo Bilbao, 23-25.

Planta 2. Módulo 3

41003 Sevilla

Tfnos: 955 135 110 - 618 625 947

www.smily.es

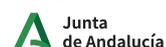
COORDINACIÓN EDITORIAL

Álvaro González Zafrá

PUBLICIDAD E INSCRIPCIONES SMILY

info@smily.es

COLABORA



Junta
de Andalucía

Consejería de Empleo,
Empresa y Trabajo Autónomo



La necesaria planificación de la sucesión y el relevo generacional en el sector comercial de gran consumo



Virginia González Lucena,
presidenta de CAEA

En Andalucía hay 4.404 supermercados, de un total de 25.697 existentes en España, pertenecientes a 330 cadenas de distribución comercial organizada. Además, la red mayorista de cash & carry profesional de gran consumo en Andalucía, que abastece a su vez al comercio minorista y al canal Horeca, está compuesta por 143 establecimientos, lo que representa un 23,2% del total nacional (615 unidades).

El 50,1% de los supermercados andaluces opera bajo fórmula asociativa —ya sea como socios de cooperativas o mediante franquicias—, lo que los convierte en pymes comerciales. Asimismo, la mayoría de las cadenas de distribución, tanto mayoristas como minoristas, posee carácter familiar.

En este contexto, se estima que el 35% de los profesionales del sector comercio se jubilará en la próxima década y, de ellos, el 70% cerrará sus negocios, pese a ser rentables, al no encontrar relevo generacional. Actualmente, numerosas empresas familiares del sector desaparecen en Andalucía por la falta de una planificación adecuada de la sucesión. Esta situación puede deberse a la ausencia de motivación o aptitudes de los potenciales sucesores, o directamente a la inexistencia de estos.

Por ello, la elección de la persona más idónea para continuar el proyecto empresarial, así como su adecuada formación, resultan claves para garantizar la continuidad del negocio. La planificación del relevo generacional se vuelve imprescindible, ya sea mediante la elaboración de un protocolo familiar o a través de un plan de sucesión que contemple a los trabajadores de la empresa, o bien a terceros externos interesados en hacerse cargo del negocio.

Este proceso debe iniciarse con suficiente antelación y, en todo caso, antes de que se produzca la jubilación, enfermedad, causa sobrevenida o fallecimiento del fundador. Siempre que sea posible, conviene abordarlo en un momento estable de la empresa, sin presiones comerciales ni dificultades financieras.

En cualquier caso, se trata de un auténtico desafío que debemos afrontar como sector para garantizar el futuro de nuestras empresas y, en particular, para asegurar un relevo generacional exitoso.

“Se trata de un auténtico desafío que debemos afrontar como sector para garantizar el futuro de nuestras empresas”

“Una alianza estratégica imprescindible”



María del Carmen Castillo,
consejera de Desarrollo Educativo y FP de la Junta de Andalucía

Andalucía puede estar orgullosa de su sistema educativo, del esfuerzo que cada día, en cada rincón de nuestra tierra, realizan los más de 130.000 docentes que guían en los más de 7.000 centros educativos a nuestros niños y niñas para que saquen el máximo provecho de sus capacidades. La escuela es el mayor espacio de gestión del talento y del futuro de una sociedad, la principal plataforma de oportunidades y también de generación de herramientas de transformación social. Necesita de acompañamiento, de colaboración, de sinergias, y diría también, permítanme, de comprensión y respeto.

Estamos en un punto trascendental para que el crecimiento que han experimentado las enseñanzas de la Formación Profesional en Andalucía en los últimos años forme parte esencial del progreso económico y social de los próximos años en todos los sectores productivos. Nuestras empresas andaluzas han formado parte desde el principio, como no puede ser de otra manera, de esta estrategia que ubica a la FP como eje del que podemos considerar el mejor plan de empleo juvenil de presente y de futuro. En este punto, debemos consolidar y extender esa colaboración con reflexiones y decisiones compartidas sobre la formación que es necesaria.

“Estamos en un punto trascendental para que el crecimiento que ha experimentado la Formación Profesional en Andalucía en los últimos años forme parte esencial del progreso económico y social en todos los sectores productivos”

Hemos alcanzado varios hitos en este camino: el crecimiento de la oferta con más de 47.000 nuevas plazas y 880 ciclos de nueva implantación que ha puesto a disposición de nuestros jóvenes el Gobierno de Juanma Moreno; así, ocho de cada diez solicitudes del alumnado obtienen plaza ya en la FP de Andalucía, reduciendo en 16 puntos la tasa de alumnos que se quedaban sin una de las opciones deseadas. No es menos cierto que existe todavía un alto porcentaje de vacantes que exige de un trabajo de reordenación y ajuste a las necesidades del mercado.

El crecimiento de la demanda tiene que ver también con la apuesta por unas enseñanzas profesionalizantes de calidad, en la formación, en las infraestructuras, en la apuesta por el emprendimiento y la internacionalización, y siempre de la mano de los sectores productivos. Las familias y especialmente las nuevas generaciones consideran en un porcentaje muy alto que estas enseñanzas son una vía que permite una formación especializada que abre camino con facilidad en el mercado laboral, porque tienen unas altas tasas de inserción. Las empresas andaluzas son muy conscientes de que gestionar el talento junto a la Consejería de Desarrollo Educativo y FP como socio estratégico significa dar un paso de gigante para convertir

las necesidades de recursos humanos en un traje a medida de la empresa en su plan de desarrollo, en un marco en el que el alumno y futuro profesional dispara su propia motivación y también las expectativas, porque se forma en la realidad de su futuro puesto de trabajo. Hemos podido cerrar ya cerca de 50.000 convenios con empresas en ese trabajo arduo pero imprescindible de crear una vinculación con cada sector no ya en cada provincia, sino en cada comarca de Andalucía.

Necesitamos información de las empresas para adecuar la oferta, pero tenemos que hacer además un gran esfuerzo porque las familias y nuestros niños y jóvenes conozcan todo el catálogo de ciclos formativos del que dispone el sistema educativo, y sepamos orientarles sobre las necesidades de los sectores productivos. En esa tarea ingente también es necesario que las empresas colaboren y se acerquen y ayuden a los centros educativos, que los alumnos, especialmente en Secundaria y Bachillerato, conozcan y escuchen a las empresas donde pueden desarrollar sus profesiones, y que entre todos sepamos sacar el máximo partido, con esa orientación, al talento que tienen las nuevas generaciones de andaluces, las que tienen, más que nunca, el futuro en sus manos.

Entrevista

Florentino Santos, *secretario general de Formación Profesional de la Junta de Andalucía*

“La colaboración entre sector productivo y educativo es clave para identificar las necesidades de cualificación en cada territorio y hacer llegar a alumnos y familias las ventajas de la FP”



Florentino Santos,
secretario general de Formación Profesional
de la Junta de Andalucía

¿Qué novedades más significativas aporta el nuevo Sistema de Formación Profesional y, en concreto, la FP dual en la empresa?

Como novedad significativa es el modelo de formación en empresa. Aunque venimos de un modelo en la que la formación en empresa formaba parte de currículo, lo hacía una vez superada toda la formación en el centro docente, es decir, el alumnado se incorporaba a la empresa a poner en práctica lo que había aprendido en el centro docente. En el nuevo modelo la formación se lleva a cabo entre en centro y la empresa, concretándose qué competencias va a adquirir el alumnado en la empresa y qué competencias adquiere en el centro docente, y esto se realiza en cualquier momento, no necesariamente al final del periodo de formación. Es decir, en el nuevo modelo, a diferencia del anterior, el alumnado se incorpora a la empresa para aprender de forma práctica. Lógicamente, este nuevo modelo requiere comunicación coordinada y constante entre empresa y centro docente. No es que se requiera de una mayor implicación de la empresa, es que la implicación es diferente.

¿Cuál es el calendario previsto de transición hacia este nuevo modelo de Formación Profesional?

En el curso 2025/26 se completará la transición hacia el nuevo modelo. No es más que el inicio de una nueva relación entre el tejido empresarial y la formación profesional que nos tiene que hacer estar atentos a su desarrollo para dotar a esta relación de las herramientas necesarias para su crecimiento. En Andalucía, esta labor, si cabe, es algo más compleja debido a la extensión del territorio y la

diversidad de sectores productivos que operan en nuestra comunidad, por eso hemos desarrollado una estructura de dinamización que se encarga de fomentar las relaciones entre sector productivo y sector educativo, además se ha creado la figura del jefe/a de servicio de formación profesional en todas las delegaciones territoriales. En definitiva, contamos con procedimientos de monitorización de esta transición que permitan afrontar con éxito el reto de la implantación del nuevo modelo de formación profesional.



“En el nuevo modelo de FP, que se completará en el curso 2025-2026, el alumnado se incorpora a la empresa en cualquier momento del periodo de formación para aprender de forma práctica”



comerzzia
Gold Certified Partner

Social Money



TARJETAS MONEDERO

La solución de comerzzia para la gestión completa de programas solidarios, se integra fácilmente con tu software POS actual.

Un módulo integrable e independiente, sea cual sea tu solución POS.



Crece en ventas y clientes posicionándose en el territorio

Gana licitaciones públicas que se ofertan en los Ayuntamientos y comarcas donde están tus establecimientos, ocupando con tu marca un espacio de referencia local durante varios años



Información
y asesoramiento
tier1@tier1.es

Entrevista

Florentino Santos, *secretario general de Formación Profesional de la Junta de Andalucía*

España se sitúa entre los países de la OCDE con menor porcentaje de alumnado matriculado en Formación Profesional, ¿Cómo se puede corregir este déficit para adecuarse a las necesidades de las empresas?

Si bien es cierto que en España el porcentaje de alumnado matriculado en formación profesional es menor que en otros países europeos, en Andalucía la realidad es que hay una clara apuesta por la formación profesional. De hecho, en los últimos seis cursos, se ha incrementado la oferta de plazas en un 39%, situándonos casi en 170.000 plazas de formación profesional a través de las 3.747 ofertas de formación profesional sostenidas con fondos públicos. Aún así seguimos observando una desviación de la demanda a ciertas ofertas de formación profesional, las denominadas de bata blanca, mientras que otras, con una gran demanda por parte de los sectores productivos, no tienen la misma demanda. En este sentido la orientación y la comunicación es clave para hacer llegar no solo al alumnado, sino también a las familias las características y las ventajas de la formación profesional, y en esta

labor es imprescindible que el sector productivo y el sector educativo vayan de la mano.

La Ley de Educación contempla entre los principios generales de la Formación Profesional el establecimiento de las medidas oportunas para adecuar la oferta pública de formación profesional inicial a las necesidades del tejido productivo andaluz, ¿Cree que actualmente está suficientemente adecuada la oferta formativa a las necesidades de las empresas? ¿Cómo se puede avanzar en esta línea?

Recordemos que cuando hablamos de Formación Profesional nos estamos refiriendo a todas sus ofertas desde los Grados A a los Grados E, destinados a un amplio colectivo personas y situaciones diferentes, desde profesionales empleados, a desempleados, o la formación profesional, la que eligen las personas como estrategia para la empleabilidad antes de acceder al mercado laboral.

Lógicamente aquí no solo interviene la vinculación con los sectores productivos, también la vocación

“En los últimos años se ha incrementado la oferta en un 39%, situándonos en casi 170.000 plazas de FP a través de las 3.747 ofertas de formación profesional sostenidas con fondos públicos”

“En el sector de la distribución comercial hay ciclos formativos de grado medio de Actividades Comerciales y de Comercialización de Productos Alimentarios; y de grado superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, de Transporte y Logística, y una formación especializada en el diseño y gestión de toda la cadena de distribución”

de las personas. Mantener este equilibrio en la planificación de la oferta de formación profesional es objeto de la coordinación entre todos los agentes implicados y con responsabilidad en esta tarea. No se nos puede olvidar que Andalucía es una comunidad muy extensa con un tejido productivo

complejo formado fundamentalmente por pymes que, además, son muy diferentes de una comarca a otra. Esta complejidad requiere de una estrecha colaboración entre empresas y administración educativa para identificar cuáles son las necesidades de cualificación de cada territorio.



Entrevista

Florentino Santos, *secretario general de Formación Profesional de la Junta de Andalucía*

En concreto, ¿cuál es la oferta formativa de FP en el sector comercio y en la distribución comercial de gran consumo en Andalucía?

El sector del comercio y la distribución cuenta con una oferta muy amplia y distribuida a lo largo de todo el territorio de nuestra comunidad.



Contamos con un total de 218 ofertas en la familia profesional de Comercio y Marketing con más de 6.000 plazas escolares. En concreto hay 99 ciclos formativos de grado medio entre los de Actividades Comerciales y los de Comercialización de Productos Alimentarios, en las que el alumnado se forma en aspectos tan diferentes como técnicas de venta, la comercialización de productos tecnológicos, productos inmobiliarios o productos alimentarios. Además, contamos con 89 ofertas de grado superior, entre las que se incluyen las 19 ofertas de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la que el alumnado se forma en la gestión completa de cualquier tipo de superficie de venta, o 28 ofertas de Transporte y Logística, una formación especializada en el diseño y gestión de toda la cadena de distribución.

También existe de esta familia profesional una oferta a distancia de 1.240 plazas y casi 500 en modalidad semipresencial dirigidas a personas que tienen que compatibilizar la formación con la vida personal y/o profesional, lo que permite a los profesionales del sector del comercio y la distribución mejorar su formación y por lo tanto consiguiendo una mayor profesionalización del sector.

¿Cuáles son los grandes retos y desafíos a los que se enfrenta al FP?

Uno de los grandes retos a los que se enfrenta el Sistema de Formación Profesional es la actualización ágil de los contenidos curriculares. Hoy las empresas requieren de unas plantillas altamente profesionalizadas en su especialidad, pero al mismo tiempo con una base lo más polivalente posible. Ello exige revisar la organización de los ciclos de Formación Profesional para encontrar la fórmula más adecuada para combinar polivalencia con especialización. Por eso desde la Junta de Andalucía se ha apostado por incluir módulos optativos diseñados conjuntamente entre empresa y centro educativo para ajustar la formación a las necesidades concretas del entorno productivo.

Sin duda, otro reto es desarrollar medidas específicas de apoyo que permitan participar a las empresas más pequeñas. Las condiciones que asumen las empresas más pequeñas para formar estudiantes no son las mismas que las que asumen las grandes empresas, donde existen muchos más recursos para participar en asumirlos. Por todo ello, parece necesario dedicar esfuerzos prioritarios y específicos para apoyar a las pequeñas empresas, dado que constituyen el modelo dominante del tejido económico de nuestra comunidad, incluyendo, además, un adecuado diseño de la figura de los tutores y los formadores en la empresa.

¿Qué papel pueden desempeñar las organizaciones empresariales como CAEA en la difusión del conocimiento y las formas de participación de las empresas en la formación profesional andaluza?

Dentro de los propios retos del sistema de formación profesional, organizaciones como CAEA se convierten en interlocutores clave entre la empresa, de cualquier tamaño, y la administración, trazando la hoja de ruta que nos lleve conjuntamente a cumplir con los retos y desafíos que permitan el desarrollo económico y social de nuestra comunidad que es un objetivo común tanto de CAEA como de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional.

Infrico Supermarket

Nuevo CATALOGO

REVOLUCIONA TU ESPACIO REFRIGERADO

Nuestra apuesta por la sostenibilidad:
INNOVACIÓN RESPONSABLE

www.infricosupermarket.com · info@infricosupermarket.com
Instalaciones industriales y comerciales: Ctra. A-318 Estepa Guadix km 33,800 | 14900 Lucena (Córdoba)

Reportaje

Empresa Miembro

ALIPENSA

“La familia desempeña un papel estratégico en Alipensa y su implicación va más allá de la propiedad: define los valores, la cultura organizacional y la visión a largo plazo”

¿Nos podría hacer una síntesis de la trayectoria empresarial de ALIPENSA?

Alimentación Peninsular, S.A (ALIPENSA) es la continuación del negocio familiar Almacenes Padillo que inició José Padillo en 1960. A principios de los años 70, Almacenes Padillo, adaptándose a los nuevos sistemas de distribución, se incorpora como socio a lo que entonces era la central de compras Unión Vegé Española S.A. A día de hoy Alipensa está integrada en grupo IFA, marcas que acompañarán a la empresa los años decisivos en los que consolidará su prestigio y popularidad.

En 1975 José Padillo apostó por una nueva fórmula de servicio al comercio, adoptando un sistema de venta incipiente en España, “el autoservicio mayorista”, conocido como Cash & Carry. Los excelentes resultados obtenidos en sus establecimientos Cash & Carry con la inicial enseña Serodys, ahora Sercodi, animaron a José Padillo, en la década de los 80, a abrir nuevas franquicias con el nombre de Komo Komo, que ofrecieron al comercio minorista un formato comercial moderno y cercano junto con interesantes ofertas y acciones promocionales.



En 1991 la continua expansión y la necesidad de dar cobertura al elevado volumen de operaciones llevan a Alipensa a levantar en Montilla uno de los centros de distribución más modernos de Andalucía, dotado con los más avanzados sistemas de almacenamiento, conservación y automatización del momento. La última década ha supuesto el afianzamiento de Alipensa como referente andaluz de la distribución, con un incremento del negocio cercano al 40%.

¿Qué es hoy en día ALIPENSA y cuáles son sus rasgos diferenciales?

Actualmente, Alipensa es una empresa familiar distintiva en el ámbito de la distribución comercial andaluza, que a través de sus enseñas comerciales Sercodi y Komo Komo, actúa como referente clave del sector de la distribución mayorista y minorista. Disponemos de una superficie de venta de 80.000 metros cuadrados con 14 establecimientos especializados para aportar soluciones al profesional de la hostelería y la alimentación, 33 tiendas propias y franquiciadas y más de 300 tiendas asociadas en el segmento detallista y 4 centros logísticos.

Este crecimiento ha venido acompañado de un decisivo impulso en la digitalización y automatización de todos sus procesos, resultando

en la optimización de la cadena de suministro, el nivel de servicio a sus clientes, optimización de surtido de productos ofrecido y disminución del desperdicio alimentario.

¿Qué papel desempeña la familia en la empresa? ¿Tienen planificada la sucesión y el relevo generacional?

La familia desempeña un papel central y estratégico en Alipensa. Su implicación va más allá de la propiedad; muchas veces, la familia define los valores, la cultura organizacional y la visión a largo plazo del negocio. Este compromiso emocional y patrimonial se traduce en una toma de decisiones prudente y en un fuerte sentido de responsabilidad social. Además, la presencia familiar en los órganos directivos o de gobierno genera un liderazgo más cercano, estable y coherente con los intereses del negocio. No obstante, este papel debe estar profesionalizado con el objetivo de favorecer el crecimiento y la innovación de la empresa.

Nos enorgullece decir que la tercera generación ya forma parte del día a día de la empresa. Con esta tercera generación ya incorporada estamos realizando una sucesión formal que garantiza una transición generacional ordenada y estratégica, basada en formación, experiencia profesional externa, un acompañamiento gradual

“La tercera generación ya forma parte del día a día de la empresa, a través de una sucesión formal que garantiza una transición generacional ordenada y estratégica”



Soluciones completas y eficientes para la distribución alimentaria

JUNTOS, MEJOR



ARCHE

quvir

955 128 200

info@asersa.com

asersa.com

Reportaje Empresa Miembro

ALIPENSA

“El principal capital de Alipensa son sus valores, los que guiaron la vida y la trayectoria profesional de su fundador José Padillo: la honradez, la humildad, la generosidad y el buen trato a trabajadores, clientes y proveedores”

en puestos de responsabilidad y acuerdos familiares que priorizan la continuidad del negocio. Fruto de este proceso, a día de hoy son tres miembros de la tercera generación que se han incorporado activamente en áreas clave: comercial, logística y financiera.

¿Sobre qué bases se sustenta el crecimiento de ALIPENSA y qué planes de futuro posee?

Contamos con una sólida red de distribución mayorista y una presencia creciente en el canal minorista, lo que nos permite adaptarnos con agilidad

a las necesidades del mercado y de nuestros clientes. Nuestra estrategia se basa en la cercanía, el conocimiento profundo del consumidor y una logística eficiente que garantiza rapidez y calidad en el servicio.

Además, apostamos firmemente por la tecnología como palanca para la transformación del negocio: desde la digitalización de procesos logísticos hasta el uso de herramientas de análisis de datos para optimizar la toma de decisiones comerciales. La solidez de nuestras alianzas con proveedores y la fidelidad de nuestros clientes también han sido fundamentales en esta trayectoria.



La empresa utiliza herramientas digitales con incorporación de IA para la planificación y previsión de la demanda y optimización de inventarios. Ello proporciona una mejor gestión de stock y mejora el desperdicio alimentario.

Mirando hacia el futuro, trabajamos para seguir expandiéndonos territorialmente, potenciar la digitalización y avanzar hacia un modelo más sostenible. La incorporación de la tercera generación refuerza este compromiso con el futuro.

¿Qué papel desempeña el canal mayorista dentro del sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía?

Afortunadamente, Andalucía es una comunidad con un amplio territorio y una gran variedad de escenarios socioeconómicos, lo que ha favorecido el desarrollo de una sólida red mayorista de Cash & Carry profesional en el sector del gran consumo. Actualmente, cuenta con 143 establecimientos, lo que representa el 23,2% del total nacional (615 unidades), consolidándose como una de las regiones con mayor peso en este canal en España.

20 exkal
AÑOS FOR FUTURE GENERATIONS

Uniformity for future

Descubre Niagara y Thukela, nuestra 5ª generación de armarios de congelado. Diseñados para garantizar una temperatura uniforme y homogénea que minimice el desperdicio alimentario.

Son capaces de conservar el sabor, la textura y el valor nutricional de los alimentos congelados prolongando su vida útil desde el primer momento.



THUKELA
ARMARIO INTEGRALES



NIAGARA
ARMARIO PUERTAS



talio
ingeniería

30 años
1995 - 2025

- ▶ Proyectos de ingeniería
- ▶ Consultoría técnica
- ▶ Gestión integral de proyectos
- ▶ Ingeniería de detalle (BIM)
- ▶ Instalaciones industriales
- ▶ Energías renovables y V.E.
- ▶ Infraestructuras eléctricas
- ▶ Licencia de actividad
- ▶ Auditorías energéticas
- ▶ Gestión CAE's



EMPRESA DE SERVICIOS ENERGÉTICOS
Número de Registro: 2016-01795-E-016

PMP® Certified



Reportaje Empresa Miembro

ALIPENSA

Dicho canal mayorista agrupa los productos desde las producciones en origen e industria, y los distribuye a la totalidad de la población andaluza (785 municipios y 8,5 millones de habitantes), a través de tiendas de comercio tradicional, cadenas de supermercados locales, y también al canal Horeca.

El canal mayorista de productos de gran consumo garantiza la capilaridad del suministro en una región extensa, diversa y con múltiples realidades socioeconómicas. Aporta volumen, competitividad en precios y una capacidad logística que permite llegar allí donde otros canales más centralizados o digitalizados aún no alcanzan con eficacia.

¿Cuál es la política de recursos humanos de ALIPENSA?

En Alipensa entendemos que el capital humano es un pilar estratégico para el desarrollo sostenible de la compañía. Contamos con equipos altamente cualificados y comprometidos, cuyo desempeño es clave para garantizar un excelente servicio a nuestros clientes.

Dado que este sector requiere una operativa intensa y un alto nivel de coordinación logística, la estrategia de personas se construye sobre varios pilares clave: estabilidad, formación continua, compromiso y desarrollo profesional.



“CAEA ha conseguido posicionar al sector de la distribución alimentaria y de perfumería como un eje estratégico para la economía andaluza, generador de empleo estable, inversión y cohesión territorial”

La profesionalización del equipo humano en todos los niveles, desde el almacén hasta los puestos directivos, es vista como un elemento estratégico para mantener la competitividad y garantizar una atención eficaz tanto al canal minorista como al Horeca.

¿Qué grado de compromiso y responsabilidad social posee ALIPENSA?

Seguramente el principal capital de Alipensa sean sus valores, los que guiaron la vida y la trayectoria profesional de su fundador José Padillo: la honradez, la humildad, la generosidad y el buen trato a trabajadores, clientes y proveedores. Valores que tanto la segunda como la tercera generación, ya incorporada al negocio, mantienen vigentes como ejes de una cultura empresarial en la que también juegan un papel esencial la responsabilidad social, la sostenibilidad y el compromiso medioambiental.

¿Cómo valoran la labor que realiza CAEA en defensa del sector?

Actualmente estoy orgullosa de ejercer la vocalía del canal mayorista y de Cash & Carry de CAEA. La labor de CAEA es fundamental y altamente valorada por las empresas del sector del gran consumo en Andalucía. Su papel como representante y defensora de los intereses del sector resulta clave en un entorno regulatorio y económico cada vez más complejo y exigente. Gracias a su interlocución constante con las administraciones públicas, CAEA ha conseguido posicionar al sector de la distribución alimentaria y de perfumería como un eje estratégico para la economía andaluza, generador de empleo estable, inversión y cohesión territorial.

Su papel ha sido especialmente relevante en momentos de crisis, como la pandemia, demostrando una gran capacidad de anticipación, adaptación, coordinación y respuesta. En definitiva, su labor es imprescindible para fortalecer un entorno justo, competitivo y sostenible para las empresas distribuidoras en Andalucía.



**ENVEJECIDO
EN DOS
BARRICAS
PARA
DISFRUTARLO
EL DOBLE**



BRUGAL
DOBLE RESERVA

Disfruta de un consumo responsable. 38°.
Producto sólo para mayores de 18 años.
No compartir con menores.

Publicada la nueva zona de gran afluencia turística a efectos de horarios comerciales de la ciudad de Granada

El 7 de abril de 2025 se publicó en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) la nueva zona de gran afluencia turística a efectos de horarios comerciales (ZGAT) de Granada, que fue informada en el Consejo Andaluz de Comercio celebrado el 20 de marzo.

La nueva ZGAT viene como consecuencia de la renuncia del Ayuntamiento a la ZGAT anterior, que incluía el término municipal completo. La nueva ZGAT incorpora un ámbito territorial limitado a la

zona Centro, conformada por los distritos postales completos 18001, 18002, 18005, 18012, parte de los distritos 18009, 18010 y 18011, se ha excluido la parte de casco histórico ajena al entramado urbano de la ciudad, y parte de los distritos 18006 y 18008 coincidente con la zona del Palacio de Congresos y Paseo del Violón.

Por su parte, el ámbito temporal queda circunscrito a los meses de abril, mayo, septiembre y octubre.

Coosur squ!zz

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CALIDAD SIN COMPLICACIONES

**NUEVO
FORMATO**

  @trysquizz

www.squizz.es



Jerez de la Frontera, a la espera de una nueva ZGAT tras la anulación de la existente

La Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo dictó el 16 de abril una Resolución por la que se anula la Resolución de 29 de diciembre de 2022 que declara la zona de gran afluencia turística a efectos de horarios comerciales (ZGAT) de Jerez de la Frontera, dejando sin efectos dicha ZGAT, y acuerda el inicio de la tramitación de la declaración de una nueva ZGAT en el municipio de Jerez. Dicha Resolución fue publicada en BOJA el 24 de abril.

El ayuntamiento de Jerez de la Frontera recurrió al Tribunal Superior de Justicia de Andalucía (TSJA) la ZGAT de 2022 al considerar que no procedía que se extendiese al término municipal completo y el Tribunal

estimó parcialmente el recurso del ayuntamiento, anulando la Resolución de fecha 29 de diciembre de 2022 por la que se declara una zona de gran afluencia turística a efectos de horarios comerciales en el municipio de Jerez. Asimismo, el auto 17/2025 del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía ordena la ejecución provisional de dicha sentencia, si bien contempla que la misma no es firme dado que contra ella cabe recurso de reposición.

Por tanto, actualmente se está a la espera de la concreción y delimitación de la nueva ZGAT, tanto espacial como temporalmente.



BAJO EN CALORÍAS

SABOR ORIGINAL

Ahora disfruta del
sabor de
siempre
solo en

**fuze
tea®**

UN REFRESCO DE TÉ
DE LA FAMILIA
Coca-Cola



Agradecidos
con nuestra
tierra

www.legumbrespedro.com



Noticias

SECTOR

Aprobadas nuevas permutas de festivos aperturables comercialmente por parte de los ayuntamientos

El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) publicó el 29 de abril nuevas permutas de festivos aperturables comercialmente por parte de los ayuntamientos de Huelva, Barbate, Jimena de la Frontera y Huércal de Almería.

Hasta la fecha son 10 las permutas de domingos o festivos aprobadas en Andalucía para el año 2025.

Municipios con domingos y festivos sustituidos y autorizados, en sus respectivos ámbitos municipales, para la apertura de establecimientos comerciales al público durante el 2025

MUNICIPIO SOLICITANTE	FESTIVO SUSTITUIDO	FESTIVO SOLICITADO Y AUTORIZADO
Barbate	30 de noviembre	2 de mayo
Granada	29 de junio	2 de enero
Huércal de Almería	15 de agosto	26 de octubre
Huelva	3 de agosto	4 de agosto
Huelva	31 de agosto	8 de septiembre
Jimena de la Frontera	31 de agosto	12 de mayo
Las Gubias	29 de junio	3 de mayo
Motril	31 de agosto	3 de mayo
Pullinas	6 de julio	27 de febrero
Pullinas	3 de agosto	19 de junio

Grupo Empresarial El Jamón recibe la Medalla de Andalucía

El Grupo Empresarial El Jamón, empresa asociada a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), recibió el pasado 28 de febrero, con motivo del Día de Andalucía, la Medalla de Andalucía que concede la Junta en la categoría de Economía y Empresa.

La directora general, Mabel Díaz, recibió la distinción de manos del presidente del Parlamento de Andalucía, Jesús Aguirre.



Lácteos
COVAP

Alimenta tu
BIENESTAR
desde dentro*

COVAP bífidus
contiene vitaminas
**B2, B3, B5,
B6 y B12**

COVAP
bífidus

BPL1[®]

POSTBIÓTICOS

VITAMINA
Biotina**

*Contribuye al metabolismo normal de los macronutrientes.

BPL1[®]

Un vaso de 250 ml contiene **10.000 mill. de Bifidobacterium Lactis BPL1[®]**.

**Contiene 7,5 µg/100 ml de Biotina (15% VRN). De acuerdo con el Reglamento 432/2012.



Checkpoint®

Innovación que protege

En Checkpoint Systems desarrollamos tecnología para un retail más seguro:

Soluciones antihurto de última generación

Disuasión inteligente y visible

Seguridad sin afectar la estética

Mejor control, mejor experiencia de compra



Descúbrelo en
checkpointsystems.com/es
info-es@checkpt.com

Noticias

SECTOR

El 5 de febrero, declarado Día del Comercio en Andalucía

El pasado 5 de febrero se celebró por primera vez el Día del Comercio en Andalucía, declarado como tal por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía con la idea de reforzar la importancia y el carácter estratégico del sector comercial en la comunidad autónoma andaluza como motor de empleo y riqueza.

En este sentido, la consejera de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, Rocío Blanco, destacó que el comercio representa “más del 13% del valor agregado bruto de la comunidad autónoma y un volumen de negocio cercano a los 125.000 millones de euros; ocupa a más de 540.000 personas,

constituye más del 20% del tejido productivo de esta tierra y cuenta con más de 135.000 empresas y 163.000 establecimientos comerciales”.

El Día del Comercio en Andalucía servirá para concienciar de la relevancia de este sector y dar visibilidad y reconocer a unos profesionales que conforman un pilar esencial para el desarrollo económico, social y cultural de Andalucía, y que representan “el alma de nuestros pueblos y ciudades”, resaltó la consejera.

Al acto acudieron también representantes de distintas organizaciones empresariales como la CEA, CAEA, FAEL, la CES, FEICASE, Aprocom, etc.



El V Encuentro de Comercio de la CEOE se celebra en Valencia



La ciudad de Valencia acogió el 26 de marzo el V Encuentro de Comercio organizado por la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), a través de su Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo (C4) y la a Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV).

En el mismo, participaron el presidente de la CEOE, Antonio Garamendi, la secretaria de Estado de Comercio, Amparo López Senavilla, el presidente de la CEV, Salvador Navarro, y la consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Marián Cano.

Durante el congreso se destacó la importancia de poner en valor el sector comercial en España como uno de los pilares fundamentales en la economía, ya que representa el 13 %

del PIB y el 17 % del empleo nacional. Igualmente, se puso de manifiesto la necesidad de impulsar más ayudas para paliar los negativos efectos de la DANA en el comercio, así como mejorar la regulación en el sector, que sufre una hiper regulación que dificulta su productividad.

El Congreso contó con una amplia delegación de representantes de la comunidad autónoma andaluza, encabezada por la directora general de Comercio, Cecilia Ortiz, la subdirectora, Camila Tirado, así como representantes de CEA, FAEL, CAEA y varias de sus empresas asociadas.



Descubre los mejores frutos secos para tu supermercado y la más amplia variedad:

Frutos secos, frutos secos chocolateados, frutas deshidratadas, legumbres y semillas y productos Bio y Gourmet



**La mejor calidad
El mejor precio
Plazos de entrega ágiles**

*Llevar a tus clientes
El Sabor del Sur*



frutossecossanblas.com

La Gala de ASEDAS reconoce los valores compartidos entre el deporte y los supermercados

En un año todavía marcado por el olimpismo, ASEDAS, Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, reunió el 6 de febrero en el Comité Olímpico Español a 19 deportistas que representan la diversidad del deporte español y los valores de esfuerzo, afán de superación, igualdad, eficiencia o innovación, entre otros, que comparten con el espíritu de las empresas de distribución alimentaria y sus trabajadores.

Con la Gala ASEDAS 2024, desarrollada bajo el lema "Darlo todo", la organización ha rendido homenaje al deporte como una disciplina que, ya sea desde la práctica profesional o amateur, difunde valores muy importantes también para el mundo de la empresa y, en concreto, de los supermercados. La idea "darlo todo" cobra especial importancia tras las trágicas consecuencias de la DANA del pasado mes de octubre, que obligó en su día a aplazar el evento. El espíritu de superación y solidaridad de la distribución alimentaria estuvo representado por ASUCOVA, la Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana, que recibió un premio especial de la mano de Amparo López Senovilla, secretaria de Estado de Comercio.



Josep Antoni Duran i Lleida, presidente de ASEDAS, recalcó que "necesitamos elevar la consideración política y social de nuestro sector porque detectamos una desproporción entre lo que nuestras empresas aportan a la sociedad y la imagen que en algunos ámbitos se tiene de ellas; el reconocimiento del valor de las personas que trabajan en la distribución alimentaria y el apoyo a la competitividad de las empresas son dos grandes objetivos en el corto plazo".

Acuerdo entre Espirituosos España y CAEA para prevenir el consumo de alcohol en menores

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que representa a las empresas mayoristas y minoristas del sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía, y Espirituosos España, que agrupa a las empresas productoras y distribuidoras de bebidas espirituosas en España, han firmado un acuerdo de colaboración para promover el consumo y venta responsable de bebidas con contenido alcohólico, poniendo especial interés en la prevención del consumo en menores de edad.

Este acuerdo evidencia el compromiso social de ambas organizaciones y su voluntad para que toda la cadena de valor desarrolle acciones en aras a prevenir el consumo de alcohol en menores. Para Bosco Torremocha, director de Espirituosos España, "este acuerdo es especialmente relevante por el compromiso que asumimos la industria y la distribución para conseguir un objetivo común, que nos interesa a todos: prevenir el consumo de alcohol en menores de edad y promover el consumo moderado en adultos".

Por su parte, la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha asegurado que, con este acuerdo, "la distribución alimentaria



profundiza en las buenas prácticas que ya se venían aplicando en los establecimientos comerciales en materia de consumo de alcohol en menores de edad, y refuerza su compromiso con la promoción de hábitos responsables, en el convencimiento de que la prevención del consumo abusivo o indebido de bebidas alcohólicas constituye un beneficio para los ciudadanos y para toda la sociedad en general".

Checkpoint Systems y CAEA firman un convenio para la prevención de los hurtos en el sector comercial

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y Checkpoint Systems han firmado un acuerdo de colaboración para profundizar en la prevención eficaz los hurtos en el sector comercial.

CHECKPOINT SYSTEMS es una empresa de fabricación de soluciones antihurto y RFID.

El sector comercial viene padeciendo en los últimos años un significativo problema derivado de los continuos hurtos, que son llevados a cabo por parte de bandas organizadas y delincuentes que revenden ilegalmente los productos hurtados en el mercado negro, actuando con impunidad ante las dificultades legales y jurídicas existentes para perseguir este tipo de delitos y atajar la multirreincidencia.

Según el último Barómetro del Hurto en la Distribución Comercial, elaborado por Nielsen, con la colaboración de AECOC y Checkpoint, los comercios sufren una pérdida desconocida superior a los 1.800 millones de euros al año, lo que supone un 0,74% del total de la facturación, conllevando un elevado coste para las empresas, los ciudadanos y las administraciones, además de un cada vez mayor riesgo para los trabajadores expuestos a dichos hurtos.

Es por ello que la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y Checkpoint Systems han firmado un convenio de colaboración a fin de profundizar en la prevención de dichos hurtos en el sector comercial.



Checkpoint Systems, firma líder global en soluciones RF y RFID, se posiciona, así como aliado estratégico de los empresarios del sector alimentación y perfumería en Andalucía. Su experiencia y capacidad de innovación ofrecen herramientas clave para que los comercios puedan afrontar uno de los principales retos actuales con mayor eficacia.

El sector comercial viene padeciendo en los últimos años un significativo problema derivado de los continuos hurtos y robos, que son llevados a cabo por parte de bandas organizadas y delincuentes que revenden ilegalmente los

productos robados en el mercado negro, actuando con total impunidad ante las dificultades legales y jurídicas existentes para perseguir este tipo de delitos y atajar la multirreincidencia.

Según un estudio de AECOC y EY, la gran distribución comercial, en los sectores de gran consumo y perfumería, posee una pérdida desconocida de 1.800M€ al año, lo que supone un 0.82% de las ventas, conllevando un elevado coste para las empresas, los ciudadanos, las administraciones, además de un cada vez mayor riesgo para los trabajadores expuestos a dichos hurtos y robos.

Cruzcampo recomienda el consumo responsable.

UN HOMENAJE A TODO LO QUE HACE QUE ANDALUCÍA SEA ANDALUCÍA



El puchero,
La Mesa Camilla,
El 3/4, Comarón...
Son una muestra
de todo aquello
que hace que
Andalucía
sea Andalucía.
Tras más
de 120 años
en los barras,
las neveras y
las manos de
los andaluces,
ha llegado
el momento
de rendirles
homenaje.



PATRIMONIO

NUEVA EDICIÓN LIMITADA DE CRUZCAMPO PILSEN

Cruzcampo

Lidl se incorpora a CAEA



La cadena de supermercados Lidl se ha incorporado como miembro asociado de pleno derecho a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que representa a las empresas mayoristas y minoristas del sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía. Dicha adhesión fue aprobada por la Asamblea de CAEA, reunida en la sede de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) en Madrid.

La incorporación de Lidl aporta a CAEA 18.700 empleados en España, de los cuales más de 3.500 se encuentran en Andalucía. Además, Lidl incorpora más de 700 establecimientos comerciales

y 13 plataformas logísticas a nivel nacional, incluyendo más de 140 tiendas y 3 plataformas logísticas en Andalucía (Escúzar, Málaga y Dos Hermanas), lo que garantiza un suministro eficiente y fortalece la relación con los proveedores locales.

Con un volumen de facturación de 6.572 millones de euros en España, Lidl es uno de los principales actores del sector retail en la región. En términos de impacto económico, Lidl contribuye con más de 1.880 millones de euros al PIB autonómico (1,06 % del total), aportando más de 40.000 empleos anuales (1,18 % del total), entre directos, indirectos e inducidos, según el último informe de PwC. Además, la compañía desempeña un papel clave en la internacionalización del sector agroalimentario andaluz, exportando el 12 % del total de exportaciones de la región.

Tras la incorporación de Lidl, las empresas asociadas a CAEA suman un total 152.000 empleados en España y 45.000 en Andalucía, con un 85% de contratos indefinidos y 70% de empleo femenino; 8.000 establecimientos comerciales a nivel nacional y 3.500 en la comunidad autónoma andaluza; 42.000 M€ de volumen de facturación en España y 11.000 M€ en Andalucía.

Asimismo, los 24 grupos empresariales que componen CAEA integran a 4.500 pymes comerciales, franquiciados o socios de cooperativas, más de 3 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de almacén y logística.

La Asamblea de CAEA se reúne en la sede de la CEOE en Madrid

La Asamblea General Ordinaria de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) se celebró el pasado 13 de marzo en la sede de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) en Madrid, contando con una afluencia masiva de asociados.

Tras la reunión del Órgano de Gobierno supremo de CAEA, tuvo lugar un acto institucional conjunto con ASEDAS y la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo de la CEOE, Ricard Cabedo, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena.

poner en valor la importancia del asociacionismo empresarial en el sector comercial, haciendo especial hincapié en trasladar dicha relevancia a las nuevas generaciones tanto en CAEA como en sus empresas asociadas.

El acto contó con la presencia del presidente de ASEDAS, Josep Antoni Duran i Lleida, el presidente de la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo de la CEOE, Ricard Cabedo, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena.



Los asociados de CAEA visitan el Congreso de los Diputados

Tras la celebración de la Asamblea y del encuentro institucional posterior en la sede de la CEOE, los asociados de CAEA pudieron visitar el Congreso de los Diputados.

La visita fue guiada por el presidente de ASEDAS, Josep Antonio Duran i Lleida, y por los diputados andaluces Pedro Gallardo Barrena y Manuel García Félix.



alés

soluciones textiles

worktex
Uniformidad agroalimentaria

xipress
alés

euroma
Lencería y vestuario laboral

bedania.
Textiles para el descanso

Somos fabricantes comprometidos con la sostenibilidad. www.ales.es



Se reúne el jurado del II Premio CAEA de Comunicación

El 1 de abril tuvo lugar la reunión del jurado del II Premio CAEA de Comunicación "A la mejor información sobre el sector comercial de gran consumo en Andalucía" publicada durante el año 2024.

El jurado, compuesto por la directora general de Comercio de la Junta de Andalucía, Cecilia Ortiz, CaixaBank y CAEA, valoró la calidad de las

candidaturas presentadas, la puesta en valor del sector comercial de gran consumo en Andalucía, así como su aportación al desarrollo social y económico de la comunidad autónoma andaluza.

El fallo y la entrega del Premio tendrá lugar en el marco de la III Jornada sobre "Medios de Comunicación y Sector Comercial en Andalucía", que se celebrará el próximo mes de noviembre.



Jornada Novedades laborales en el sector de la distribución comercial

La Comisión de Relaciones Laborales de CAEA celebró, el 18 de febrero en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la jornada "Novedades laborales en el sector de la distribución comercial en Andalucía" con el objetivo de abordar las novedades en materia de jornada laboral, registro horario, absentismo, formación, inserción, igualdad, conciliación, subcontratación, entre otros temas de interés y actualidad.

La jornada, que contó con un amplio elenco de personalidades y expertos de reconocido prestigio en la materia, permitió a la Comisión de RRLL de CAEA concluir que urgen soluciones al grave problema del absentismo laboral en el sector. Asimismo, se puso de relieve el negativo impacto que tendría una reducción de jornada impuesta sin atender al necesario diálogo social y a la negociación colectiva.



Las empresas de CAEA poseen 3.500 establecimientos y 42.000 empleados en Andalucía

MAGNITUDES ECONÓMICAS DE CAEA

Establecimientos comerciales minoristas	8.000 España
	3.500 Andalucía
Establecimientos mayoristas gran consumo Cash & Carry	143 Andalucía
Empleados (85% de contratos indefinidos y 70% empleo femenino)	152.000 en España
	45.000 en Andalucía
Facturación	42.000 M€ España
	11.000 M€ Andalucía
Pymes comerciales	4.500 franquiciados o socios de cooperativa
Superficie comercial	3.000.000 m ²
Superficie almacén y logística	2.000.000 m ²

descubrir
en línea



STILL ACH

Transporte horizontal
autónomo de mercancías

Descúbrelo ahora
en still.es/ach

ALIPENSA



www.sercodi.es

Grupo empresarial distintivo en el ámbito de la distribución comercial andaluza, que a través de sus enseñas comerciales Sercodi y Komo Komo, actúa como referente clave del sector de la distribución mayorista y minorista. Disponemos de una superficie de venta de 65.000 metros cuadrados, con 15 establecimientos especializados para aportar soluciones al profesional de la hostelería y la alimentación, 33 tiendas propias y franquiciadas en el segmento detallista, y 4 centros logísticos.

ALSARA



www.alsara.es

Detallistas de Alimentación San Rafael S.C.A., bajo la marca ALSARA, se ha consolidado como un referente en el comercio de alimentación. Con 60 años de experiencia en el modelo cooperativo, agrupa a más de 1.000 establecimientos en Andalucía, Extremadura y Castilla-La Mancha, impulsando el comercio local, la sostenibilidad y el crecimiento del tejido empresarial. Su éxito radica en un firme compromiso con la calidad, la proximidad y la eficiencia en el servicio, asegurando que cada socio y cliente reciba la mejor atención y productos a precios competitivos. Para ello, la cooperativa fortalece su capacidad de distribución a través de tres centros logísticos y tres cash para mayoristas, estratégicamente ubicados en Córdoba, Linares y Badajoz.

AROMAS



www.aromas.es

Una historia de más de 55 años dedicada a la distribución de perfumería, cosmética, parafarmacia e higiene personal y del hogar que le ha convertido en la primera cadena de perfumería en Andalucía con 120 puntos de venta y el quinto grupo minorista de perfumería y droguería en España con presencia en Madrid y Extremadura. Opera en e-commerce con aromas.es y desde octubre de 2017 es la primera cadena de perfumería española con presencia en Portugal, país en el que posee, desde julio de 2024, tienda online bajo el dominio aromas.es/pt.

ASPRODIBE



www.asprodibe.es

Asprodibe es la cooperativa líder de los distribuidores de bebidas y alimentación para la hostelería, que nació de la unión de sus primeros socios hace más de 30 años en Andalucía. Actualmente, es la central de compras de casi 200 asociados que operan en las distintas provincias de Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura, Murcia, Canarias, Ceuta y Melilla. Asprodibe ofrece a sus asociados más de 2.500 referencias de todo tipo de productos de primeras marcas y cuenta con un amplio portfolio de marcas propias en las categorías de licores, vinos, agua, aceite, conservas, embutidos, lácteos, especias, celulosa, limpieza, etc.

CASH LEPE S.L.

SUPERMERCADOS



www.supermercadoseljamon.com

Supermercados el Jamón nace como una tienda familiar en Lepe en 1966. Con más de 55 años de experiencia en el sector de la alimentación ya son 264 los supermercados de esta cadena con presencia en Huelva, Sevilla, Cádiz, Málaga, Córdoba y Granada con un equipo humano de más de 3.500 empleados. Una empresa 100% Andaluza con 3 valores fundamentales: la cercanía, una amplia variedad de marcas y una fuerte apuesta por productos frescos y andaluces.

PULEVA

Vita **Calcio** con **Colágeno**

LA 1ª BEBIDA LÁCTEA CON **COLÁGENO, CALCIO, VITAMINAS Y MAGNESIO**

PULEVA

Vita **Calcio** con **Colágeno**

¡y más! **VITAMINA C**

PROTEÍNA, MAGNESIO, VITAMINAS D y B12, COMPLEJO DESNATADA

1ª LECHE EN ESPAÑA EN TETRA BRIK* CON **100% PLÁSTICO REICLADO**

LA SOLUCIÓN LÍDER PARA LA
**MOVILIDAD DE
TU EMPRESA**



**SEGURA
FLEXIBLE
EVOLUCIONADA**



RED DE ESTACIONES

En cada parada hay una Q8



FLEXIBILIDAD

Te ofrece soluciones nuevas
y cada vez más flexibles



PRECIOS

La mejor oferta para
tu negocio



SEGURIDAD

Los sistemas de seguridad
más avanzados



SERVICIO ONLINE

Tarjetísima Q8 en digital



ASISTENCIA

Siempre a tu lado

91 426 22 84

tarjetisima.premium@q8spain.es

www.Q8spain.es



Directorio Empresas Asociadas

COMERCIAL DE BEBIDAS CORTEZ, S.L. (COBECOR)



Comercial de Bebidas Cortez, S.L. (COBECOR) se dedica a la distribución de bebidas, alimentación y artículos de limpieza. Su sede se encuentra en Puente Genil (Córdoba).

COMERCIAL PIEDRA TRUJILLO S.L.



www.supermercadospiedra.com

Comercial Piedra es una empresa de origen familiar con más de 50 años de trayectoria, que tiene como objetivo mantener la filosofía y cercanía de una empresa familiar, con el continuo avance y adaptación en todas las áreas de la Compañía, buscando siempre la máxima eficacia en los procesos que le permita competir en el mercado. Sus prioridades siguen siendo tener distintos formatos de tiendas que ayuden a adaptarse a las características del mercado, una transformación digital que está presente en todos los departamentos y circuitos de trabajo, y una optimización de los procesos logísticos que den ventaja y agilidad en el servicio a los clientes situados en las tres comunidades autónomas en las que damos servicio: Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura.

CONFISUR



www.confisur.es

Confisur, empresa fundada en 1991 de carácter familiar y netamente andaluza, está dedicada a la venta de alimentación y droguería mediante establecimientos Cash & Carry mixtos, con implantación en las provincias andaluzas de Sevilla, Málaga, Cádiz, Huelva, Jaén y Córdoba. Su sede central está ubicada en el Parque Empresarial PICA de Sevilla.

COSTASOL DE HIPERMERCADOS



Costasol de Hipermercados, S.L. es una empresa familiar en segunda generación, fundada en 1986 y participada desde 1997 por Centros Comerciales Carrefour, actualmente explota los Hipermercados Carrefour Estepona, Mijas, Torremolinos, Valle del Guadalhorce y La Cala de Mijas, así como proyectos de hipermercados en Alhaurín de la Torre y Estepona. También gestiona en régimen de alquiler más de 100 tiendas en sus tres galerías comerciales y ha creado más de 1.200 puestos de trabajo (empleo directo e indirecto), su director general y presidente es Aurelio Martín, empresa que se encuentra en franca expansión en su zona de influencia que es Málaga y la Costa del Sol.

COVIRAN



www.coviran.es

Covirán lidera la distribución alimentaria en España y Portugal bajo su modelo Cooperativo. El éxito de su formato de supermercado de proximidad ha hecho que mantenga su posición destacada en la península ibérica, con 2.535 supermercados y 2.209 socios. Con un empleo generado superior a 15.076 personas, Covirán mantiene su apuesta por la economía social, contribuyendo a generar empleo y riqueza en los territorios donde se asienta.

CUDAL



www.cudal.es

Cudal Distribución de Alimentación, principal distribuidor de bebidas y alimentación de Almería, cuenta en la actualidad con 3 establecimientos Cash y 88 supermercados bajo la enseña Supremo, dando empleo a más de 300 personas.

DEZA CALIDAD, S.A.



www.dezacalidad.es

Deza Calidad, S.A. es una empresa familiar con más de 60 años de antigüedad. Está dirigida por la segunda generación, habiéndose realizado el cambio generacional de forma estructurada. En la actualidad, cuenta con más de 550 trabajadores, 8 supermercados, 2 SuperCash, 3 plataformas logísticas (una de reciente apertura) y una facturación en 2024 de 146,8 millones de euros. Deza es una empresa comprometida con ofrecer productos locales, fresca y calidad; manteniendo una fuerte apuesta por los artículos andaluces, representando estos el 30% de su amplio surtido. Todos sus establecimientos se encuentran en Córdoba capital.

DÍAZ CADENAS



www.diazcadenas.com

La historia de nuestra empresa se remonta al año 1973, fecha en la que nuestros padres, D. Manuel Díaz Chía y Dña. Aurora Cadenas Quirós, fundaron en la localidad sevillana de Lantejuela una empresa familiar dedicada a la actividad de venta al menor de productos de alimentación. A través de nuestra experiencia adquirida durante 45 años nos hemos convertido en una empresa sólida, firmemente comprometida con nuestro plan de expansión, nuestros empleados y nuestra responsabilidad social corporativa, sin olvidarnos de nuestro principal activo, nuestros clientes.

EUROMADI



www.euromadi.es

Euromadi es la central de compras y servicios líder en España, con una gestión profesional, innovadora e internacional. Sus servicios atienden las necesidades de sus asociados, aportándoles valor añadido y diferencial, fortaleciendo así su alianza con áreas de actuación como gestión de surtidos, centralización de congelados, logística, sanificación marcas propias, RSC, perfumería, Big Data y fidelización, entre otras.

GRUPO DIAN



GRUPO DISTRIBUCION ANDALUZA

www.grupodian.es

Grupo Dian es una marca comercial, fundada en 1994, que da cobertura a empresas que tienen como objeto social la venta al por mayor y menor de productos de gran consumo. Actualmente son cuatro las empresas que operan bajo la marca comercial Grupo Dian: Cash Sevilla, S.A., Almacenes Costasol, S.A., Cash Dian Jerez, S.A., y AMA Pdm, S.L. En total posee 15 establecimientos y emplea a 360 trabajadores.

LIDL



www.lidl.es

Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.400 M€ anuales, exportando más de la mitad. Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía integrada a su vez en el Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Actualmente, Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en una treintena de países, con una estructura de más de 12.350 establecimientos, más de 220 centros logísticos y con un equipo de más de 375.000 personas, guiado por los valores de desempeño, respeto, confianza, humildad y pertenencia.

Descubre la nueva línea para **CANAL RETAIL**.



Innovación en cada detalle

Exclusivo canal retail

Calidad garantizada

Consíguela en **BIO-DIS PHARMA** LABORATORIOS

Complementos alimenticios

Mondat
Siempre de hoy



Directorio Empresas Asociadas

LUIS PIÑA S.A.



LUIS PIÑA, S.A.

www.luispina.es
www.super-masymas.com

Luis Piña S.A. es una empresa de distribución de gran consumo ubicada en Andújar (Jaén). Sus inicios se remontan al año 1969 donde su fundador, Luis Piña Núñez, instala su primer almacén distribuidor. En la actualidad, Luis Piña S.A. lo forman más de 1.000 trabajadores a través de una red integrada por 58 supermercados 'MasyMas', 6 supermercados 'Minymas' y 8 Cash & Carry 'Eurocash', con una central distribuidora de más de 35.000 metros cuadrados.

MASKOM SUPERMERCADOS



MASKOM
supermercados gente de hoy

www.maskom.es

Maskom Supermercados es una compañía malagueña con capital íntegro andaluz. Nace en 1978 de la mano de la familia Cuberos. Actualmente, cuenta con más de 56 tiendas y más de 800 empleados, repartidos entre la capital y la provincia malagueña principalmente, aunque también cuenta con dos puntos de venta en la provincia de Sevilla. Todo ello apostando por la calidad y variedad de productos para ofrecer la mejor atención a sus clientes.

MANUEL BAREA S.A.



BAREA
GRUPO
DESDE 1941

www.barea.com

En 1941, don Manuel Barea Ginés dio el pistoletazo de salida a un grupo empresarial que hoy está compuesto por diversas mercantiles. Todas ellas de carácter 100% familiar y orientadas al cliente profesional del sector de la alimentación y la hostelería. Actualmente, bajo el paraguas de Barea Grupo, se encuentran asociadas varias entidades como: Manuel Barea S.A., Cash Barea S.A., Cash Colombino S.A. y Cash Extremeño S.A.

MERCADONA S.A.



MERCADONA

www.mercadona.es

Mercadona es una compañía de supermercados, de venta física y online, de capital español y familiar, fundada en 1977 por el Grupo Cárnicas Roig. Es líder del segmento de supermercados en España. Dispone de 348 tiendas en Andalucía y cuenta con una plantilla de más de 20.000 personas con empleo estable y de calidad en la comunidad autónoma, así como 3.864 millones de € en compras en la región.



mondat.com

RUIZ GALAN, S.L.



www.supermercadosruizgalan.es

Empresa familiar fundada en 1977 dedicada al comercio minorista y mayorista de alimentación en las provincias de Cádiz y Málaga, con 30 supermercados de proximidad y un cash de distribución. Contamos con más de 400 personas al servicio de nuestros clientes. Nuestra propuesta de valor, productos frescos de máxima calidad al corte, al mejor precio, con atención directa y servicio de tienda física y online.

RAMIREZ SANTOS, S.L.



RAMIREZ SANTOS
Distribución Mayorista

www.ramirezsantos.es

Empresa familiar dirigida ya por la tercera generación. Dedicada a Cash & Carry, Venta Mayorista y Distribución de Alimentación, Congelados, Bebidas, Licores, Droguería, Frutas y Verduras, con implantación en Córdoba capital, su provincia y en las poblaciones de Sevilla, Badajoz, Jaén y Málaga.

TRANSGOURMET IBERICA S.A.U.



www.transgourmet.es

Transgourmet Ibérica es el referente de la distribución alimentaria en España con cerca de 2.500 empleados y una facturación anual de más de 1.200 millones de euros. La empresa es propiedad del grupo suizo Transgourmet, que a su vez forma parte del grupo cooperativo Coop. Transgourmet Ibérica tiene cinco plataformas de distribución repartidas por toda España y es referente en el mercado horeca con su enseña de cash&carry GMcash-Gros Mercat, con 70 centros y 27 gasolineras GMOil, y la división de Food Service. La empresa también cuenta con cerca de 800 supermercados franquiciados bajo las enseñas SUMA, Proxim y SPAR (en las provincias de Barcelona y Girona), y más de 2.000 clientes independientes.

VICENTE ALONSO S.L.



www.serodys.com

La empresa Vicente Alonso S.L. nace en 1974 como evolución y desarrollo de la actividad que como mayorista de alimentación inició su fundador Vicente Alonso González en el año 1951 por lo que la implantación en el mercado provincial se remonta más de 60 años. La actividad principal de distribuidores se vio complementada con la instalación e implantación progresiva de establecimientos Cash&Carry por la provincia de Cádiz, bajo la marca SERODYS, contando en la actualidad con 10 centros.

INSTITUTO ESPAÑOL

Perfumería y Cosmética desde 1903

Pieles Atópicas

PROTECCIÓN Y CUIDADO DE LA PIEL ATÓPICA Y SENSIBLE.





Asesoramiento en marketing y comunicación



Creatividad y diseño



Campañas de publicidad y compra de medios



Acciones promocionales y de marketing



Organización de eventos



Marketing digital: posicionamiento, redes sociales, programática, web



C/ Gonzalo Bilbao, 23-25. Planta 2. Módulo 3, 41003 Sevilla - Tlf. 955 135 110

www.smily.es