LINEAL Andalucía
3
Abril 2019
REVISTA INFORMATIVA ESPECIALIZADA DEL SECTOR COMERCIAL EN ANDALUCÍA

CAEA
Confederación Andaluza Empresarios Alimentación y Perfumería

EL VALOR DEL CAMBIO

EDITORIAL
CAEA, EL VALOR DEL CAMBIO

OPINIÓN
ROGELIO VELASCO
CARMEN CRESPO
CONSEJEROS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

ENTREVISTAS
MABEL DÍAZ ORTA
DIRECTORA GENERAL
CASH LEPE

desde 1995
ibersponsor
consulting
public relations
Desde 1995
hacemos de la
COMUNICACIÓN
algo natural
EMPRESA ASESORA EN
COMUNICACIÓN DE CAEA
ibersponsor.es

staff

EDICIÓN

CAEA
Confederación Andaluza Empresarios Alimentación y Perfumería

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

CONSEJO EDITORIAL
PRESIDENTE DE HONOR
Manuel Barea
VICEPRESIDENTE
Antonio Arroyo
VICEPRESIDENTA
Mabel Díaz
SECRETARIO GENERAL
Sergio Cuberos
TESORERO
Jorge Romero
SECRETARIO GENERAL TÉCNICO
Álvaro González Zafra

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

desde 1995 ibersponsor consulting public relations

IBERSPONSOR,
Consultores de Comunicación
Asunción, 80 - 5ºA
41011 Sevilla
Tfnos: 954 28 44 72 - 617 39 41 90
www.ibersponsor.es

COORDINACIÓN EDITORIAL
Estrella León Santiago
eleon@ibersponsor.es

PUBLICIDAD E INSCRIPCIONES
IBERSPONSOR,
Consultores de Comunicación
e-mail: eleon@ibersponsor.es

sumario

EDITORIAL
CAEA, el valor del cambio 4

OPINIÓN
Rogelio Velasco 6
Consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad

Carmen Crespo 7
Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible

TEMA DE PORTADA
Prioridades Empresariales del Sector Comercial de Alimentación y Perfumería 8

Convocatoria electoral de CAEA 9

NOTICIAS DEL SECTOR 10

ENTREVISTA
Mabel Díaz Orta 14
Directora general Cash Lepe

NOTICIAS CAEA 18

TRIBUNAS DE OPINIÓN
Eugenio Molina 22
Director Área Sur de Coca-Cola European Partners Iberia

Juan Antonio Vigal 23
Responsable Área de Eficiencia Energética de GE&PE

DIRECTORIO DE ASOCIADOS 24

www.caea.es

El valor del cambio

TODO CAMBIO PUEDE CONSISTIR en una mera sustitución de personas o estructuras o bien, en el mejor de los casos, aportar un valor añadido, una renovación, una mejora en la gestión con resultados positivos.

Esto último, en ocasiones, no es sencillo, bien porque las estructuras estén muy anquilosadas tras muchos años sin cambios, o bien porque la fuerte personalidad o liderazgo de las personas que han estado en el poder minimicen el verdadero valor de la renovación.

En uno u otro caso es necesario traspasar esas estructuras y también superar los arraigados liderazgos, se hace imprescindible romper las barreras y trascender la resistencia al cambio que existe en muchas ocasiones. Los estilos de liderazgo son múltiples y variados, pero igualmente válidos y efectivos, y no tienen por qué ser coincidentes para lograr unos resultados satisfactorios. Lo importante no es el estilo en sí o la forma, sino que el espíritu de cambio sea auténtico y verdadero y conduzca al positivo cumplimiento de objetivos.

> **EL CAMBIO DE GOBIERNO EN LA JUNTA DE ANDALUCÍA Y LA RENOVACIÓN DE LOS CARGOS DIRECTIVOS DE CAEA SON CASI COINCIDENTES EN EL TIEMPO, INICIÁNDOSE UNA NUEVA ETAPA**

Nos encontramos ante un momento histórico en nuestra Comunidad Autónoma. El Gobierno de la Junta de Andalucía ha cambiado por primera vez en su historia, lo que está conllevando una fase de renovación y puesta en marcha de un nuevo equipo.

Asimismo, igualmente en nuestra organización, la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), también toca renovar los cargos directivos elegidos en abril de 2015, y suceder a un presidente, Luis

Osuna, que ha estado al frente de la Confederación durante ocho años. Hay que reconocer su gran gestión y marcado liderazgo, llevando a la Confederación a elevadas cotas de relevancia y consolidándola como la organización más representativa de la distribución alimentaria y de perfumería en Andalucía.

Ambos cambios, el del Gobierno de la Junta de Andalucía y el de la renovación de los cargos directivos de CAEA, son casi coincidentes en el tiempo, por lo que se inicia una nueva e ilusionante etapa, un mandato en ambos casos con unos retos y objetivos concretos.

En la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) no nos conformamos con el cambio por el cambio, entendemos que hay que avanzar, mejorar e innovar, es decir, conseguir resultados positivos que generan valor a lo que hacemos.

Una organización innovadora es una entidad creativa, en continuo movimiento, analizando y evaluando resultados, siempre con un sentido y finalidad positiva, de crecimiento y de mejora constante.

Estamos preparados para aprovechar este momento de cambio en el que nos encontramos, para generar valor añadido a nuestros asociados y, en general, a las empresas de nuestro sector comercial.

Entre todos debemos seguir contribuyendo al crecimiento de Andalucía, al desarrollo social y económico y, en definitiva, al progreso de nuestra tierra.

En eso nada más y nada menos radica el verdadero valor del cambio.

“EN CAEA ESTAMOS PREPARADOS PARA APROVECHAR ESTE MOMENTO DE CAMBIO EN EL QUE NOS ENCONTRAMOS, PARA GENERAR VALOR AÑADIDO A NUESTROS ASOCIADOS Y, EN GENERAL, A LAS EMPRESAS DE NUESTRO SECTOR COMERCIAL

Rogelio Velasco Pérez
Consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía

Un nuevo modelo económico para la andalucía del Siglo XXI

ANDALUCÍA Y EL NUEVO GOBIERNO andaluz están centrando sus esfuerzos este año 2019 en los objetivos de mantener el crecimiento de nuestra economía y actualizar y hacer avanzar nuestro modelo productivo, especialmente en aquellos sectores que generan mayor valor añadido, como es el comercio.

Somos conscientes que la economía andaluza, al igual que el conjunto de la economía española, ha mantenido en 2018 el ciclo de crecimiento y creación de empleo que se viene registrando desde 2014, pero el dato es del todo insuficiente cuando continuamos como la segunda comunidad con mayor tasa de paro en España (21,26%). Así que estamos convencidos de que el esfuerzo y el trabajo que vienen desarrollando nuestros empresarios merecen unas políticas que estén a la altura, y unas nuevas estrategias de reactivación económica que permitan situar a Andalucía al nivel competitivo que merece.

EL VI PLAN INTEGRAL DEL COMERCIO INTERIOR EN ANDALUCÍA SERÁ EL PRINCIPAL REVULSIVO PARA EL SECTOR

Bajo esta premisa de apoyo a aquellos que generan empleo en nuestra tierra, y con una firme voluntad de cambio, ya estamos trabajando con intensidad en el desarrollo de medidas efectivas y eficaces que promuevan la agilidad del procedimiento administrativo, para favorecer el emprendimiento y la inversión, y reforzar la internacionalización de nuestra producción de bienes y servicios, una senda que hemos emprendido con bastante éxito hasta el momento.

Lo haremos articulando herramientas que eliminen o reduzcan trabas burocráticas y hagan realmente atractiva la idea de invertir en nuestra tierra, allanando también el camino a nuestras empresas para que ganen en dimensión y competitividad.

Este es un paso importante para ayudar a aquellos que por primera vez quieren acceder a una actividad productiva y para aquellos que quieren innovar y ven nuevas oportunidades de desarrollo que complementen a los sectores tradicionales en los que se viene sustentando nuestro tejido empresarial.

La Estrategia Andaluza de Simplificación Normativa y Administrativa y la Ley Andaluza de Innovación Empresarial y Transferencia Tecnológica son algunas de las medidas sobre las que va a pivotar la gestión de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad para impulsar la creación de empresas innovadoras, startups y proyectos tecnológicos estratégicos para hacer de Andalucía un referente innovador.

La proyección internacional es otro de los factores determinantes para el auge económico, en general, y para el sector comercial en particular. En Andalucía contamos con empresas que tienen una incuestionable vocación y capacidad para posicionarse en los mercados internacionales, con productos cada vez más competitivos y diferenciados. Somos la comunidad autónoma que más ha contribuido al crecimiento de las exportaciones de España en el último año, aportando uno de cada cinco euros del crecimiento total. Por ello debemos, entre todos, ser capaces de mantener esa tendencia al alza, y desde el Gobierno andaluz estamos diseñando actuaciones para impulsar esta internacionalización de nuestro tejido empresarial, fomentar la cultura exportadora y facilitar la salida al exterior de las pymes andaluzas.

Dos de los principales exponentes de este revulsivo para el comercio que vamos a poner en marcha pasan por la aprobación del VI Plan Integral del Comercio Interior en Andalucía y del III Plan Integral para el Fomento de la Artesanía, que introducen los marcos legales que facilitan el reto de la adaptación continúa a la transformación de los mercados y a la globalización.

Estoy convencido de que el crecimiento del empleo, de una mayor calidad y más estable, pasa por el desarrollo de estas líneas estratégicas, que junto a las tradicionales, sientan las bases de una política económica con garantías para la Andalucía del siglo XXI.

Carmen Crespo Díaz
Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía

Sectores de peso que comparten sinergias

COMO CONSEJERA DE AGRICULTURA, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible conozco de primera mano el gran peso que supone el sector comercial para la economía de Andalucía y, sobre todo, su importante relación con la actividad del sector primario que compete de forma directa al departamento que dirijo.

Y es que el sector agroalimentario andaluz es, sin duda, uno de los principales motores de desarrollo de nuestra Comunidad Autónoma con el 8% del PIB y el 10% del empleo. De hecho, según los datos provisionales de que disponemos actualmente, la Producción de la Rama de la Actividad Agraria de Andalucía superó en 2018 los 13.200 millones de euros que suponen más del 25% del total alcanzado en España. Además, el carácter exportador de esta región hace que también tengamos mucho que decir en las ventas internacionales. Concretamente, las ventas de bebidas y alimentos andaluces en el exterior durante 2018 han supuesto casi un cuarto del total de las exportaciones agroalimentarias nacionales al rozar los 10.700 millones de euros.

LA REVISTA 'LINEAL ANDALUCÍA' ES UNA HERRAMIENTA DE GRAN EFICIENCIA PARA ESTAR AL DÍA DE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN LA COMERCIALIZACIÓN

Estas cifras sirven de muestra del complejo económico de primera magnitud que existe actualmente en Andalucía ocupado en las diversas funciones que se integran en la estructura productiva andaluza. Un entramado empresarial que comienza en las fincas agrarias (las explotaciones de ganado o dedicadas a labores agrícolas), pasa por las industrias encargadas de la transformación de la materia prima y abarca hasta la llegada de los alimentos a la mesa de los consumidores tras su paso por los lineales de los comercios.

Pero, si bien esta organización cuenta ya con un engranaje asentado que permite su funcionamiento constante, son muchas las circunstancias que inciden en la buena marcha de la cadena agroalimentaria. Diversas cuestiones entre las que destaca, por ejemplo, la comercialización de los alimentos por su gran influencia en la rentabilidad de las producciones. ¿Qué sería de los agricultores, ganaderos, pescadores o empresarios de la industria agroalimentaria si no existiesen profesionales del comercio que llevaran sus producciones hasta los consumidores? En un mundo cada día más globalizado, los canales de comercialización internacionales son claramente una apuesta de futuro para quienes buscan nuevos nichos de mercado; y el aprovechamiento de las sinergias con otros ámbitos como, por ejemplo, el turismo, también ha demostrado su utilidad para obtener mayor rentabilidad del esfuerzo de los productores.

Dado este contexto, la revista 'LINEAL Andalucía' es, sin duda, una herramienta de gran eficiencia para estar al día de las últimas tendencias en la comercialización y, de esta forma, sacar el máximo partido a las posibilidades que van surgiendo. Nuevos modelos de ventas, de empaquetado o de promoción de los alimentos. Novedades que abren nuevas opciones para el transporte o el aprovechamiento de los recursos naturales… Nuestra Comunidad Autónoma es puntera en muchos aspectos y compartir el conocimiento es muy útil para continuar avanzando en el posicionamiento de nuestras agroindustrias y alimentos en lo más alto.

Esta publicación es, por tanto, un escaparate tanto para las empresas líderes, que pueden compartir su experiencia de éxito; como para quienes se inician en el camino de la innovación, que obtienen de sus artículos una información de gran valor para elegir la meta que quieren alcanzar.

Por mi parte, animo a todos los agentes de la cadena agroalimetnaria a continuar buscando nuevos nichos de mercado al tiempo que reafirman sus relaciones comerciales internacionales porque abrir nuevas fronteras puede aportar grandes beneficios a las empresas. La calidad de nuestros alimentos y bebidas es el mejor reclamo que podríamos tener para mejorar la comercialización y su unión a la gran profesionalidad de las personas que trabajan en este sector supone una ecuación de éxito garantizada.

ANTE LA NUEVA LEGISLATURA POLÍTICA EN ANDALUCÍA

Prioridades empresariales del sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería

• **Puesta en valor** del sector comercial andaluz en base a su peso específico y contribución socioeconómica y, en especial, del comercio presencial como vertebrador de los territorios e impulsor de la sostenibilidad medio ambiental.

• **Ubicar** al comercio en el centro de las políticas de la Junta de Andalucía, como segundo sector de actividad productiva tras el turismo (537.000 empleos, 170.000 establecimientos comerciales y 17.000 millones de euros de volumen de negocio).

• **Coordinar** desde la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en defensa de los intereses del comercio, las iniciativas legislativas del resto de Consejerías que pudieran afectar al sector.

• **Mejorar** la regulación comercial adaptándola a la realidad actual y a las demandas reales de los consumidores.

• **Plan de Modernización** del Comercio en Andalucía y política de incentivos que incluya a todas las empresas, con independencia de su dimensión y forma jurídica:

• **Mayor armonización** entre Estado, CCAA y entidades locales y freno al incremento normativo y fiscal en el sector comercio, manteniendo en todo caso la unidad de mercado y evitando costes añadidos y agravios comparativos a las empresas que operen en Andalucía con respecto a otras CCAA.

• **Plan contra los robos** y hurtos en el sector comercial y de lucha contra el comercio ilegal y de productos falsificados.

• **Fomento del consumo** de productos agroalimentarios andaluces, tanto de marcas de distribuidor (MDD) como de marcas de fabricante (MDF).

• **Impulso a la colaboración** entre los distintos eslabones de la cadena agroalimentaria para luchar contra el fraude en materia de calidad.

• **Impulso a la formación** específica de trabajadores y directivos del sector comercial.

• **Impulso a la implementación** de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en el sector comercial.

• **Fomento de alianzas y estrategias** en materia de responsabilidad social empresarial (RSE) en el comercio andaluz.

CAEA celebra Asamblea Electoral para renovar sus cargos directivos

La Confederación agradece a Luis Osuna sus ocho años al frente de la organización

CAEA ha convocado Asamblea General Ordinaria y Electoral, que se celebrará el 11 abril en Málaga, al finalizar el mandato de cuatro años de los cargos directivos elegidos en abril de 2015. Esta convocatoria coincide con la salida de Luis Osuna de Coviran, que ha conllevado que deje también la Presidencia de CAEA, cargo que ocupaba desde abril de 2011.

La Junta Directiva ha acordado agradecer públicamente a Luis Osuna sus ocho años como presidente de la organización, periodo en el que ha llevado a CAEA a elevadas cotas de relevancia, tanto desde el punto de vista asociativo como institucional, cumpliendo ampliamente con los objetivos marcados en el Plan Estratégico de la Confederación, y consolidando a la patronal como la organización más representativa de la distribución alimentaria y de perfumería en Andalucía.

Asimismo, en relación con el proceso electoral abierto, la Junta Directiva de CAEA ha acordado valorar positivamente una posible candidatura de consenso, abierta a la participación de las empresas asociadas que lo deseen. Asimismo, dicha candidatura sería integral, es decir, incluyendo la Presidencia, a los vicepresidentes y al resto de cargos directivos que componen la Junta Directiva, respetando en todo caso el libre derecho de presentación de candidaturas por parte de cualquier asociado que recogen los estatutos de la organización.

Por último, la Junta Directiva de CAEA quiere expresar su más sentido pesar y muestras de condolencias por el fallecimiento de José Pedro Pérez-Llorca, que fuera durante casi 20 años presidente de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), y uno de los padres de la Constitución Española.

IN MEMORIAM

José Pedro Pérez-Llorca

Presidente de ASEDAS y padre de la Constitución Española

El fallecimiento de José Pedro Pérez-Llorca el pasado día 5 de marzo es una noticia muy triste, no solo para todos los ciudadanos, sino para el sector de la distribución comercial de nuestro país. Durante casi veinte años, José Pedro ha presidido la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS) que, bajo su impulso y su liderazgo, se ha convertido, en ese tiempo, en la primera organización de la distribución alimentaria de España.

José Pedro aportó a este sector, desde el principio y hasta el último día de su vida, su vocación de servicio a la sociedad, su compromiso con los valores de la libertad y el respeto a los demás y la búsqueda permanente del consenso como medio para promover el interés general.

Bajo su influencia, las empresas de nuestro sector se han modernizado, han superado crisis -algunas muy profundas- y han sabido adaptarse a los cambios sociales, que él siempre supo anticipar y trató de orientar hacia el bien común.

El magisterio de José Pedro Pérez-Llorca, permitió a ASEDAS consolidarse, aprender a servir a la sociedad y a defender los intereses de sus empresas respetando siempre las opiniones de los otros y orientando su labor en los valores éticos que presidieron su actividad pública y privada.

Durante la celebración del XX Aniversario de ASEDAS, el pasado 14 de Febrero, en el Museo del Prado, José Pedro dirigió un mensaje por vídeo a todos los asistentes en el que destacó que “Ahora vienen los retos del futuro, que se presenta digital, circular y al que habrá que darle sostenibilidad. Nos vamos a enfrentar a esos retos con las armas del futuro, con la unión de todos y con la eficacia de siempre”.

José Pedro fue siempre muy generoso con las personas que tuvo cerca. Por eso trataremos de seguir su ejemplo y de llenar el hueco que hoy sentimos con lo mucho de sí mismo que nos dejó a todos.

Descanse en paz.

La Junta Directiva de CAEA asiste al acto del XX Aniversario de ASEDAS

La Junta Directiva de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha asistido al acto del 20 Aniversario de la fundación de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), de la que es organización territorial miembro, conmemoración que se celebró con un evento en el Museo del Prado que fue inaugurado por uno de sus fundadores, Jaime Rodríguez, y en el que estuvieron presentes el Secretario General de Agricultura y Alimentación, Fernando Miranda; el presidente de FIAB, Tomás Pascual; y Juan Pablo Lázaro, vicepresidente de CEOE.

Durante el Aniversario de ASEDAS se ha realizado un análisis de los grandes retos que se presentan para el modelo de distribución de proximidad en España. Uno de ellos es la economía circular, ya que el ahorro de los recursos, la eficiencia energética y la movilidad sostenible van a ser cruciales en el futuro. Otros tienen que ver con la vertebración de la España rural y con la necesidad de asegurar un crecimiento del supermercado basado en la sostenibilidad social, medioambiental y económica. El objetivo debe ser garantizar, como hasta ahora, el acceso de los consumidores a una alimentación de calidad, variada y a precios competitivos, independientemente de dónde se viva.

El supermercado presenta ya hoy grandes avances ante estos desafíos. Entre otros logros podemos mencionar los siguientes: es el formato más sostenible dada su ubicación que ayuda, por ejemplo, a que los clientes se desplacen a pie para hacer la compra; la colaboración con los proveedores en materia de logística eficiente consigue que estos se sumen también a la economía sostenible y circular; una amplia red de tiendas da cobertura a la inmensa mayoría de la población tanto en zonas rurales y urbanas; y es un sector creador de empleo y riqueza en los territorios en que opera.

Para avanzar todavía más hacia estos objetivos es precisa la implicación de los diferentes actores que participan en la cadena agroalimentaria, incluyendo administraciones públicas, asociaciones empresariales, productores y consumidores. Las primeras deben crear las condiciones regulatorias adecuadas para que las empresas implementen los cambios, contando con plazos realistas en función de la disponibilidad de la tecnología y sin tener una presión fiscal adicional. Las empresas y productores deben avanzar en la necesidad de compartir riesgos, información y buenas prácticas. Y, por último, el consumidor debe participar en el cambio de manera informada, activa y constructiva.

Representantes de CAEA junto al presidente de la CEA, Javier González de Lara, y al presidente de la CEOE, Antonio Garamendi.

Amplia representación de CAEA en el acto del 40 Aniversario de la CEA en Antequera

La Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) celebró el pasado 21 de marzo en Antequera, en concreto en el Hotel Convento de La Magdalena, un acto para conmemorar el 40 aniversario de su constitución, que se llevó a cabo por un grupo de empresarios de las ocho provincias andaluzas hace cuatro décadas en esta ciudad andaluza.

La cita anual de la CEA, en la que se congregan unos quinientos representantes empresariales en asamblea, contó con una amplia presencia de representantes de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), organización miembro de pleno derecho de la patronal cúpula andaluza. El acto giró en torno a esta celebración a través de un relato visual de estos cuatro decenios, jalonados por las circunstancias históricas de carácter económico y empresarial más importantes, todo ello centrado en el mensaje de “40 años generando progreso”.

Los supermercados piden a la Administración una “legislación favorable” a la inversión

La Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas), que cuenta entre sus asociados con Mercadona, Grupo Dia, Coviran o Grupo Ifa, ha pedido a la Administración durante durante la celebración de su 20 aniversario una fiscalidad moderada para poder implementar los cambios del sector.

“Estamos muy orgullosos porque nuestras empresas han logrado crear una estructura de distribución moderna capaz de responder a las necesidades del consumidor y de estar preparada para los retos relacionados con la sostenibilidad social, económica y medioambiental. Para lograrlo necesitamos la implicación del resto de agentes sociales. Especialmente, la Administración debe acompañar este proceso de cambio con una legislación favorable a la inversión y a la adaptación flexible a los cambios”, ha asegurado el director general de Asedas, Ignacio García Magarzo.

El comercio andaluz encadena cinco años seguidos de avance en las ventas

El comercio minorista registró en 2018 su quinto aumento anual consecutivo de ventas y de empleo, con avances del 0,8% y del 1%, respectivamente, en relación al ejercicio anterior, según un informe del Instituto Nacional de Estadística (INE). El incremento es una décima superior al de 2017, pero inferior a los logrados en 2016, 2015 y 2014, cuando la facturación del comercio minorista avanzó un 3,9%, un 4,2% y un 0,9%, respectivamente.

En Andalucía, la tendencia es muy similar. Lleva cinco años con aumento de ventas también y de hecho la facturación creció un 1% en 2018, dos décimas más que en España, mientras que el empleo apenas se elevó un raquítico 0,1% (nueve décimas menos que a nivel nacional), una cifra idéntica a la que registró en el año anterior.

En todos los años del periodo 2008-2013, coincidiendo con la crisis económica, la facturación y el empleo del sector registró tasas negativas. En el caso de las ventas, el mayor retroceso se experimentó en 2012, cuando cayeron un 7%, mientras que en el caso del empleo, el peor año fue 2009, ejercicio en el que la ocupación se hundió en torno a un 4%. En la comunidad el mayor retroceso de la ocupación se produjo también en 2012, con un 7,9% de retroceso. En general, la tendencia andaluza se dirige a una menor creación de empleo, incluso en los dos últimos años, cuando el negocio fue mejor en el sur que en el resto de España.

A nivel nacional, en el último mes de 2018, las ventas del comercio al por menor no experimentaron variación interanual, frente al repunte del 1,5% de noviembre mientras que en la región las ventas sí se elevaron un 1,3%. Pese a ello, siguió creando menos empleo, con un 0,7% de aumento frente al 1% nacional.

Eliminados los efectos estacionales y de calendario, la facturación del comercio minorista aumentó un 0,7% en el conjunto de 2018 y un 0,8% en diciembre en tasa interanual, tasa tres décimas inferior a la lograda en noviembre.

Por modos de distribución, todos ellos elevaron sus ventas en 2018, salvo las empresas unilocalizadas, que las recortaron un 0,7%. El mayor aumento anual de la facturación se lo anotaron las grandes cadenas (+2,4%), seguido de las pequeñas cadenas (+1%) y las grandes superficies (+0,4%).

Mabel Díaz Orta

DIRECTORA GENERAL DE CASH LEPE

“Somos ‘El Súper Cercano’ y nuestra relación con el cliente es muy familiar y personalizada”

¿Cómo fueron los inicios empresariales de Cash Lepe? Empresa familiar. ¿Cómo surgió la iniciativa empresarial?

El origen de Cash Lepe se remonta a 1966, cuando aún ese no era el nombre comercial de la empresa y nace como una pequeña tienda familiar en el municipio de Lepe. Fue fundada por mis padres, Francisco Díaz y Manoli Orta, cuya iniciativa surge tras aprender el oficio de comerciante de mi abuela materna, que gestionaba su propia carnicería en el pueblo.

A lo largo de su trayectoria, ¿qué evolución ha experimentado?

Desde que mis padres comienzan nuestra trayectoria empresarial en 1966, la evolución y nuestro creci-

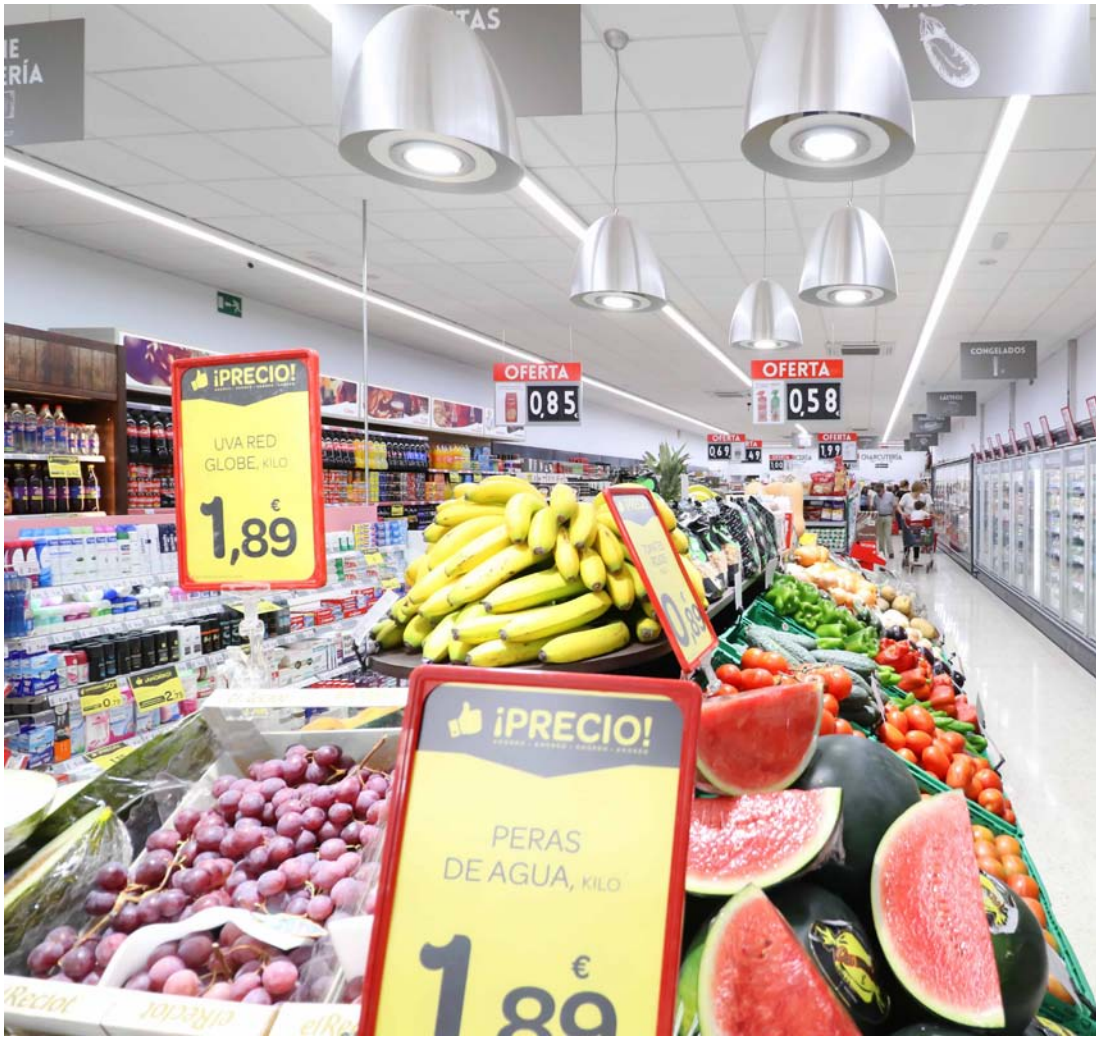
miento han sido constantes. En 1972 pasamos de ser una pequeña tienda de ultramarinos a instaurar el primer concepto de supermercado en Huelva bajo la enseña de 'Supermercados El Jamón'. Con el paso del tiempo, mucho esfuerzo y dedicación crecimos con una marcada vocación de superación, y ante la necesidad de ofrecer fórmulas ágiles para la distribución de mercancías a las tiendas, en 1988 fundamos Cash Lepe, un gran centro logístico que, desde Lepe, provee a los establecimientos del grupo y da nombre a nuestra empresa.

Desde los años 90 a la actualidad hemos experimentado una expansión muy notable con numerosos supermercados por Andalucía Occidental. En el año 2000 ya teníamos unos 70 establecimientos abiertos y comenzamos a crecer en la provincia de Sevilla, donde en sólo dos años duplicamos el número de establecimientos. En 2014 creamos las superficies MAXICO para hacer grandes compras a precios muy asequibles. Y es con esta enseña con la que llegamos a la provincia de Cádiz.

> **"NUESTROS TRES VALORES CLAVE SON LA CERCANÍA, LA APUESTA POR LOS PRODUCTOS FRESCOS Y ANDALUCES Y LA AMPLIA VARIEDAD DE MARCAS**

ENTREVISTA

Mabel Díaz Orta



Sin embargo, el primer trimestre de 2018 ha significado un gran paso en la instauración de nuestra marca Supermercados El Jamón en la provincia gaditana con la apertura de 14 nuevas tiendas gracias a la compra de la cadena Súper Cerka, y en julio de 2018, tomamos el relevo de Supermercados Baly en la distribución de alimentación de Fuengirola con la adquisición de 9 establecimientos, siendo septiembre el mes en el que llegamos a la capital de la provincia de Málaga con una nueva tienda.

¿En qué momento se encuentra en la actualidad?

En la actualidad, ocupamos un importante lugar en cuanto a distribución de productos de alimentación en Andalucía y el número uno de Huelva. Con una superficie comercial total de 112.000 m2 aproximadamente. Una media de clientes que ronda las 100.000 personas al día. 195 establecimientos repartidos en las provincias de Huelva (114), Sevilla (44), Cádiz (27) y Málaga (10). En torno a los 1.900 empleos estables, 2.200 empleados en temporada estival y unos 300 nuevos empleos generados el pasado año.

¿Qué les distingue? ¿Cuál es su principal competencia?

Los rasgos que principalmente nos distinguen del resto son los tres valores que siempre hemos tenido presente en nuestra trayectoria: la cercanía, una fuerte apuesta por los productos frescos y andaluces y una amplia variedad de marcas.

La cercanía con nuestros clientes no es solo geográfica sino también en el trato personal. Somos 'El Súper cercano' y nuestra relación con el cliente es muy familiar y personalizada.

Y nuestra principal competencia es

la apuesta por los mejores productos frescos y principalmente de nuestra tierra. Nos gusta diferenciarnos y ser competitivos en los alimentos frescos que es donde marcamos la diferencia con el resto del mercado.

¿Cuáles son los objetivos de Cash Lepe a corto y medio plazo?
Nuestro principal objetivo es seguir creciendo y asentarnos en las nuevas provincias donde tenemos presencia, apostando por nuestro modelo de negocio de cercanía y siendo fieles a nuestros valores que han marcado una trayectoria empresarial de más de 50 años de experiencia en el sector.

¿Cómo observa en la actualidad la situación del sector? ¿Qué opinión le merece el papel que desempeña CAEA en el mismo?
Nuestro sector es un escenario en constante movimiento donde los actores nos tenemos que adaptar continuamente y evolucionar en relación a las necesidades del mercado, esto es algo que llevamos muchos años haciendo y que seguiremos persiguiendo para ser competitivos y actores principales en nuestro sector.
Y CAEA tiene un papel fundamental en dicho espacio. La Confederación Andaluza de Empresas de Alimentación y Perfumería defiende permanentemente los intereses del sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería y fomenta su desarrollo y competitividad. Además, gracias a ella mejoramos el contacto entre las empresas del sector con nuestra asistencia a actos, jornadas y eventos que integran a toda la cadena de valor y nos ofrece valor añadido mediante la prestación de servicios especializados, formación, asesoramiento, gestión de intereses e información permanente.

> **“CAEA DESARROLLA UN PAPEL FUNDAMENTAL PARA SER COMPETITIVOS Y ACTORES PRINCIPALES EN NUESTRO SECTOR**

PROSEGUR
Seguridad de confianza

CON PROSEGUR SMART CASH

AHORRA TIEMPO Y DINERO

RECAUDACIÓN SEGURA DISPONIBLE EN CUENTA BANCARIA

www.prosegur.es/prosegursmartcash

Para más información puedes llamar al:
902201102

CAEA y Obra Social "la Caixa" convocan el I Premio a la "Mejor Iniciativa en RSE" en el sector comercial andaluz

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Obra Social "la Caixa" convocan la I edición del Premio a la "Mejor Iniciativa en Responsabilidad Social Empresarial (RSE)" en el sector de la distribución comercial alimentaria y de perfumería en Andalucía.

El Premio tiene como objetivo dar a conocer y poner en valor las buenas prácticas que se desarrollan en el marco de la distribución comercial alimentaria y de perfumería, así como la significativa contribución que las empresas del sector comercial llevan a cabo para el desarrollo social y económico de Andalucía, bien directamente o a través de la colaboración con personas o entidades, mediante actuaciones en el ámbito de la responsabilidad social que redunden en interés de la sociedad en general.

El plazo de presentación de candidaturas se abre el 1 de abril y se cerrará el 10 de mayo de 2019. Podrá optar al Premio, que posee carácter honorífico, cualquier empresa, persona física o entidad que interactúe en el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería en Andalucía y lleve a cabo buenas prácticas en el mismo en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

Consumo responsable, dieta y alimentación saludable, actividad física y vida sana, lucha contra el desperdicio alimentario, compromiso con los más desfavorecidos a través de la donación de alimentos, inserción de personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral, conciliación, accesibilidad a las tiendas, innovación, calidad, sostenibilidad, reducción de emisiones, eficiencia energética, economía circular y adecuada gestión de residuos, movilidad sostenible, entre otros aspectos, resultan campos de actuación permanentes en materia de RSE en el sector comercial.

La innovación, clave en el futuro de la industria y el "retail" alimentario

La Hacienda de Quinto acogió el pasado 20 de septiembre el VI Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, organizado por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz), que en esta sexta edición giró en torno a "La Innovación en la Cadena Agroalimentaria".

El Foro, con el objetivo de impulsar las relaciones de cooperación entre los distintos agentes que componen la cadena de valor, contó en su apertura con el consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Rodrigo Sánchez Haro, quien estuvo acompañado por Luis Osuna, presidente de CAEA, Álvaro Guillén, presidente de Landaluz, y Álvaro Portes, director territorial de CESCE.

Sánchez Haro destacó que la agroindustria andaluza "cuenta con proyectos pioneros en innovación a nivel europeo, pero para que esta innovación sea efectiva se hace necesaria la colaboración de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria". Asimismo, el consejero de Agricultura confirmó que no habrá futura ley de agricultura y ganadería "sin el consenso con todos los agentes implicados".

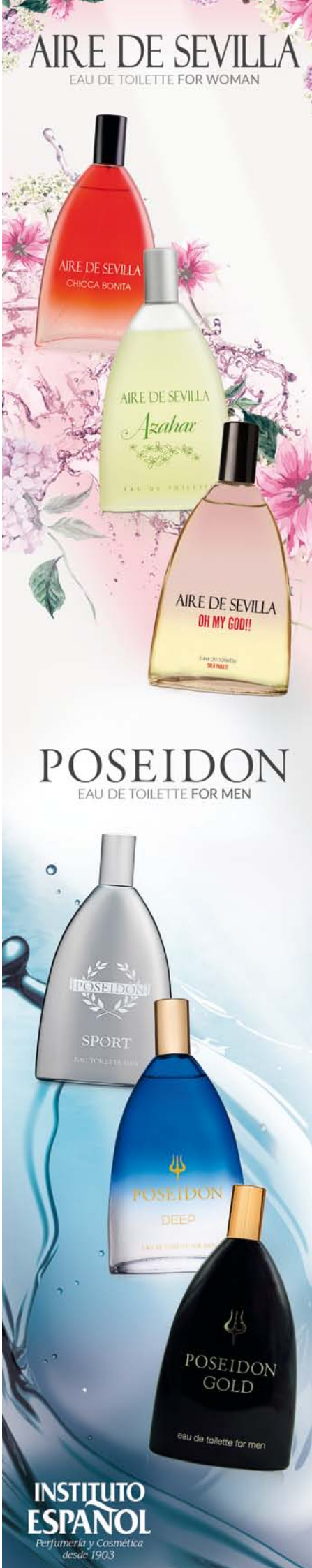
Las XI Jornadas de CAEA versarán sobre las tendencias de futuro en gran consumo

Se celebrarán en Sevilla los días 13 y 14 de junio

Bajo el título de 'Tendencias de Futuro en gran Consumo' las XI Jornadas del Sector de la Distribución, organizadas por CAEA, tendrá lugar durante los días 13 y 14 de junio en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA). Un año más, el acontecimiento constituye un foro de encuentro anual de referencia para las empresas y profesionales que interactúan en la cadena alimentaria y, en concreto, para el sector de la distribución comercial.

Entre los principales que se abordarán durante la jornada, podemos destacar los roles del consumidor actual como 'inteligente' y digital, con acceso a Internet y que busca una oferta más amplia y global; 'experiencial', buscando vivir nuevas sensaciones gastando más en ocio y presumiendo del estilo de vida; 'sostenible' y concienciado con el medio ambiente; 'saludable', preocupado por su salud y bienestar, y 'responsable', actuando en solidaridad y siendo ético. Asimismo, se pondrán de relieve contenidos relativos a las tendencias de futuro y la innovación en gran consumo, la minimización del desperdicio alimentario, así como la transformación digital unida al consumo.

Está prevista la asistencia de 250 personas, entre empresas del sector de la distribución comercial, operadores, marcas, cadenas de distribución y gran consumo; entidades del sector financiero y productor; proveedores agroindustriales y de los distintos subsectores comerciales; promotores e inversores; firmas que operan en la cadena alimentaria, así como Administraciones, organizaciones sindicales y de consumidores, fundaciones y otras entidades de carácter social.



CAEA impulsa la campaña “Compra super, come sano”

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha puesto en marcha la campaña “Compra súper, come sano”, con el objetivo de impulsar la alimentación y los hábitos de vida saludables, en colaboración con la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía.

Para difundir la campaña se han realizado ocho actos de presentación, uno en cada provincia de Andalucía, apoyados por las empresas asociadas a CAEA, que impulsarán la campaña a través de sus establecimientos comerciales y RRSS, difundiendo las medidas contenidas en el decálogo de la alimentación y los hábitos de vida saludables elaborado al efecto.

Premio de responsabilidad social a CAEA por su campaña contra el desperdicio alimentario

El presidente de Honor de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Manuel Barea, y el director territorial de Caixabank en Andalucía occidental, Rafael Herrador, han recogido el Premio a la "Mejor Iniciativa Empresarial" en materia de responsabilidad social por el proyecto "El comercio no tiene desperdicio", campaña contra el desperdicio alimentario en el sector de la distribución comercial en Andalucía desarrollado por CAEA y la Obra Social "la Caixa".

El galardón les fue entregado por el presidente de la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES), Miguel Rus, y el presidente de la Diputación de Sevilla, Fernando Rodríguez Villalobos, en el marco de los 6ª Premios de Responsabilidad Social Empresarial que convoca anualmente la CES con objeto de reconocer públicamente las mejores iniciativas y buenas prácticas en responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas.

El presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea, destacó que, pese a que el comercio "sólo supone un 5% del total de desperdicio alimentario, la distribución comercial está plenamente concienciada con la minimización de esta problemática mundial, y es por ello que decidimos poner en marcha junto a la Fundación Bancaria 'la Caixa' un 'Decálogo contra el desperdicio alimentario', al que se adhirieron la mayoría de las empresas asociadas a CAEA. Es para nosotros un honor recoger esta distinción porque un comercio responsable es un comercio sostenible, comprometido con la sociedad y, también, más competitivo", concluyó Barea.

Las firmas Saint Gobain Placo Ibérica, en el apartado 'Gran empresa', y qosITconsulting, en el de 'Pequeña empresa', han sido también galardonadas en esta nueva edición. Estas distinciones incluyen, además, una mención honorífica a la trayectoria para quienes en su vida profesional se han distinguido por su compromiso social y su trabajo en la concienciación y fomento de la responsabilidad social en las empresas, galardón que le fue entregado al director general de Endesa en Andalucía y Extremadura, Francisco Arteaga.

Tú trabajas con la tranquilidad de saber lo que vas a pagar

Desde 171€/mes

Vodafone Red Infinity

Nosotros te ofrecemos todos los servicios que necesites, informándote de antemano de lo que pagarás cada mes.

vodafone.es/redinfinity

Tu partner en la era digital.
Ready?

vodafone business

Coca-Cola, innovación para dar respuesta a los cambios del mercado

Eugenio Molina Herrezuelo
Director Área Sur de Coca-Cola European Partners Iberia

A nadie se le escapa que los hábitos de consumo están cambiando en nuestra sociedad. Esto nos obliga a ser flexibles, a adaptarnos a las circunstancias del mercado sin perder de vista los pilares que nos han convertido en empresas líderes. Y en este entorno, nuestros clientes son nuestros mejores socios.

Hemos de ser capaces de ofrecerles experiencias diferentes y diferenciales, adaptándonos a ellos, a sus preferencias, e integrando las innovaciones tecnológicas en los canales clásicos de distribución. Todo ello para asegurar que, juntos, somos capaces de ofrecer a los consumidores lo que ellos esperan de nosotros. Esto es esencial ya que, gracias al contacto directo con nuestros clientes, podemos mantenernos muy atentos al consumidor, sus cambios de usos, hábitos y gustos.

Esta es la fórmula que ha permitido a Coca-Cola European Partners (CCEP) en Iberia ser una empresa líder en el sector del gran consumo. Producimos, distribuimos y comercializamos bebidas no alcohólicas para todos los gustos y edades. Somos parte de un gran grupo multinacional con implantación y arraigo local. Con casi 60 años de historia en Andalucía, siempre hemos estado cerca de las comunidades locales y hemos contribuido a su desarrollo social. De hecho, nuestra red de producción, logística, comercial y de distribución nos permite tener una gran capilaridad para atender a los más de 64.350 clientes en nuestro territorio. Adicionalmente, de las siete plantas productivas que tiene Coca-Cola en España, dos de ellas se encuentran ubicadas en la región, concretamente, en Sevilla y Málaga. Esta cercanía que hemos adquirido con los clientes y, por ende, con los consumidores, nos ha llevado a tener presentes sus demandas ofreciéndoles productos innovadores.

Hoy, junto a The Coca-Cola Company, aspiramos a ser una Compañía Total de Bebidas y, por eso, nuestro portfolio no para de crecer y ampliarse incluso en categorías donde antes no estábamos presentes: actualmente, en España, contamos con 110 productos y más de 270 referencias.

Y todo esto lo hacemos manteniendo un compromiso decidido con el cuidado del entorno en el que desarrollamos nuestras actividades y el desarrollo económico de las comunidades donde estamos presentes.

El nuevo y favorable marco normativo para el autoconsumo eléctrico

Juan Antonio Vigal Raposo
Responsable del Área de Eficiencia Energética GE&PE

GE&PE INGENIERIA
GESTIÓN ENERGÉTICA

La evolución de precios de la energía, las necesidades medioambientales y la senda marcada por las políticas energéticas a nivel mundial han impulsado el desarrollo de la actividad del autoconsumo en nuestro país. Este escenario que invita a la reducción de la dependencia de los combustibles fósiles y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero ha desencadenado la aparición del RDL 15/2018 (octubre de 2018) que, entre otros puntos, favorece enormemente la proliferación de instalaciones de autoconsumo eléctrico. Y entre todas las posibles alternativas renovables existentes se impone el potencial de las instalaciones solares fotovoltaicas por su madurez tecnológica, robustez y rentabilidad.

Entre los principales aspectos del nuevo marco reglamentario destaca la eliminación del llamado "impuesto al sol", junto a una enorme simplificación de aspectos administrativos y técnicos, en los que según el caso podemos evitar escollos tales como la solicitud de punto de acceso y conexión a la red de distribución, inscripción en el registro de productores o establecer un contrato técnico con la Empresa Distribuidora. Así mismo se simplifican los requerimientos en cuanto a la necesidad de disponer de más equipos de medida y se promueven mecanismos simplificados para la facturación de excedentes de producción vendidos.

A modo de ejemplo, en una instalación solar fotovoltaica de 96 kW para autoconsumo recientemente ejecutada sobre una cubierta de 1.100m2 garantiza una producción anual de 153.000kWh que suponen un beneficio de 15.700 euros.

El análisis financiero de este proyecto ofrece un VAN (25 años) de 102.160 euros, con una TIR del 11%. Llama poderosamente la atención que si comparamos estos resultados con el que se hubiese alcanzado en el marco regulatorio anterior (RD 900/2015) se obtiene como resultado que el incremento de la rentabilidad ha sido del 32%.

Como punto también destacable encontramos que gracias a la simplicidad en la tramitación el plazo de ejecución del proyecto analizado se ha reducido a 6 meses, menos de la mitad del plazo necesario para su ejecución con la reglamentación anterior.

De forma resumida extraemos como principal conclusión que el RDL 15/2018 ha establecido un escenario favorable para el desarrollo firme de la actividad del autoconsumo, en el que se llevan a cabo proyectos de elevada rentabilidad, aun sin contar con apoyos económicos externos en forma de ayudas o subvenciones. Así mismo, la robustez y experiencia en este tipo de instalaciones permite una mayor facilidad de acceso a posibilidades de financiación.

Por tanto, podemos asegurar que las instalaciones solares fotovoltaicas para autoconsumo se han revelado como una de las actuaciones más rentables que pueden realizarse, especialmente en sectores que requieran de un suministro constante de energía eléctrica tales como el sector de la Distribución Comercial debido a la existencia de instalaciones frigoríficas.

Las empresas de CAEA poseen en torno a 10.000 establecimientos y 120.000 empleados

Desde la fundación de CAEA se han ido incorporando a la organización las firmas más representativas de la alimentación y la perfumería en Andalucía. En la actualidad, CAEA integra a 30 grupos empresariales.

Los asociados constituyen empresas de referencia en el sector de la distribución de la alimentación y la perfumería en Andalucía y también a nivel nacional, tanto en su vertiente mayorista como minorista.

En 2018, CAEA ha continuado incrementando la base asociativa, con la incorporación de la empresa Díaz Cárdenas.

MAGNITUDES ECONÓMICAS DE CAEA	
Grupos empresariales asociados	30
Establecimientos comerciales (minoristas y mayoristas)	9.856 España 4.617 Andalucía
Facturación total	27.065 M€ España 8.151 M€ Andalucía
Empleados	119.068 España 44.701 Andalucía
Franquiciados o socios	5.917
Superficie comercial	4.353.945 m²
Superficie almacén y logística	2.015.500 m²

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 65.00 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.

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 115 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.

CASH AYALA S.A.
www.hermanosayala.com

Con orígenes hace ya más de 50 años, lo que empezó como una pequeña tienda familiar en la calle Abades, en la localidad sevillana de Utrera, con esfuerzo y tesón, se ha convertido en una de las mayores distribuidoras de alimentación en Andalucía. Cash & Carry, mayoristas en alimentación, bebidas, droguería y perfumería con presencia en Utrera y Sevilla.

GRUPO ALSARA
COOPERATIVA SAN RAFAEL
www.alsara.es

En sus más de 50 años ininterrumpidos de actividad, Detallistas de Alimentación San Rafael, bajo la denominación comercial de Grupo ALSARA, se ha convertido en un referente obligado para los Comerciantes de la Alimentación. Cuenta con más de 950 establecimientos, distribuidos por Andalucía, Extremadura y Castilla-La Mancha.

ASPRODIBE
www.asprodibe.es

ASPRODIBE es una Sociedad Cooperativa Andaluza, con cerca de 30 años de vida, integrada por 93 socios dedicados a la distribución de productos de alimentación y bebidas destinados principalmente a la hostelería. Este modelo ha convertido a ASPRODIBE en una de las primeras cooperativas de toda Andalucía en volumen de facturación y una de las principales empresas de la provincia de Granada.

MANUEL BAREA S.A.
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.

CARO RUIZ
www.caroruiz.es

Más de 70 años de experiencia avalan al Grupo COVALCO-CARO RUIZ, empresa nacional familiar con más de 1.000 puntos de venta, 1.500 empleados y que cuenta con 13 plataformas logísticas distribuidas por todo el territorio español, 4 de ellas en Andalucía, comunidad en la cual está presente desde hace 40 años.

COALIMENT
www.covalco.es

La franquicia Coaliment es una empresa de capital nacional, con más de 75 años de historia, con una facturación que la sitúa dentro de las primeras 20 empresas especializadas en el sector de la distribución, con una red de 16 establecimientos en Andalucía, para dar soporte logístico a cada supermercado de la zona.

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

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

SUPERMERCADOS CODI
supermercadoscodi.es

Supermercados CODI es una empresa familiar con 20 establecimientos localizados en la provincia de Sevilla.

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 1.986 y participada desde 1.997 por Centros Comerciales Carrefour, actualmente explota los Hipermercados Carrefour Estepona, Mijas, Torremolinos, y Valle del Guadalhorce, y 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 de la Península Ibérica bajo su modelo Cooperativo. El éxito de su formato de supermercado de proximidad ha hecho que mantenga la segunda posición del ranking nacional por número de establecimientos en España, y la tercera en Portugal, con más de 3.300 establecimientos y 2.775 socios. Con un empleo generado superior a 15.000 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 50 años de antigüedad, está dirigida por la segunda generación, habiéndose realizado el cambio generacional de forma estructurada. En la actualidad cuenta con más de 450 empleados, 9 supermercados, 2 plataformas logísticas y una facturación en 2018 de 100,5 millones de euros. Todos sus establecimientos se encuentran en Córdoba capital.

GRUPO DIAN S.A.
www.grupodian.es

Grupo DIAN es una marca comercial que da cobertura a empresas que se dedica a la venta al por mayor de productos de droguería, perfumería, alimentación, pintura, bazar, plásticos y menaje. Actualmente, son tres las empresas que operan bajo la marca comercial Grupo DIAN: Cash Sevilla S.A., Almacenes Costasol S.A., Cash Dian JerezS.A. En total, posee 12 establecimientos y 255 empleados.

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.

CASH LEPE S.L.
www.supermercadoseljamon.com

Supermercados El Jamón nace de una tienda familiar en Lepe en 1966. Con más de 50 años de experiencia en el sector de la alimentación ya son 195 los supermercados de esta cadena con presencia en Huelva, Sevilla, Cádiz y Málaga con un equipo humano de más de 1900 empleados. Una trayectoria en la que tienen presente 3 valores fundamentales: la cercanía, una amplia variedad de marcas y una fuerte apuesta por productos frescos y andaluces.

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.

FEICASE
www.feicase.es

Federación de Empresarios de Industrias y Comercios de Alimentación de Sevilla.

GM FOOD IBÉRICA
www.miquel.es

GM Food Iberica con una facturación anual de más de 1.100 millones de euros y un equipo de 2.500 empleados, es una empresa internacional, propiedad del conglomerado chino Bright Food con capital 100% chino. La compañía, fundada en 1925, tiene 6 sedes repartidas por toda España y es líder en el mercado de Horeca español con sus 73 cash&carry de la enseña GMcash y la división de Foodservice. También apuesta el negocio de retail con la expansión del modelo de supermercado de proximidad SUMA y Proxim, con más de 600 establecimientos en todo el territorio Nacional.

LUIS PIÑA S.A.
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
www.maskom.es

Compañía con capital íntegro andaluz, lleva desde 1977 siendo más que un supermercado para sus clientes. Cuenta con un capital humano de 620 trabajadores, más de 50 tiendas y 3 enseñas con distintos modelos de negocio (Maskom, Mascerka y Maskompra). Se ha desarrollado en las provincias de Málaga, Sevilla y Granada, y cuenta con un sistema de franquicias propio.

MERCADONA S.A.
www.mercadona.es

Mercadona es una compañía de supermercados, de capital español y familiar, fundada en 1977 por el Grupo Cárnicas Roig. Es líder del segmento de supermercados en España. Dispone de 350 tiendas en Andalucía y cuenta con una plantilla de más de 18.200 trabajadores en Andalucía, todos ellos con contratos fijos.

COMERCIAL PIEDRA TRUJILLO S.L.
www.supermercadospiedra.com

Supermercados Piedra es una empresa de origen familiar con más de 50 años de trayectoria, en la que hemos sabido aunar de manera positiva la apuesta por la sostenibilidad de nuestras tiendas con un empeño permanente por ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes en los 60 puntos de venta que tenemos distribuidos entre Córdoba, Jaén y Málaga. Como mejor ejemplo de ello, en 2018 hemos lanzado nuestra plataforma de comercio online, situándonos a la vanguardia de la innovación en nuestra ciudad un año más.

RAMIREZ SANTOS, S.L.
www.ramirezsantos.es

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

RUIZ GALAN, S.L. RUFERVI S.L.
www.supermercadosruizgalan.es

Empresa familiar con más de 40 años de antigüedad dedicada al comercio mayorista y minorista de alimentación en las provincias de Cádiz y Málaga. Actualmente cuenta con 25 supermercados de proximidad y un cash de distribución. Nuestra propuesta de valor, productos frescos de máxima calidad al corte, al mejor precio, con atención directa. Más de 300 personas al servicio de nuestros clientes, ofreciéndoles todo lo que necesitan para llenar su cesta, cerca de casa.

HERMANOS SAAVEDRA S.L.
www.saginver.es

Cadena de supermercados con implantación en Cádiz y, en concreto, en el Campo de Gibraltar.

ALMACENES SAN ELOY
www.gruposaneloy.com

Con más 50 años de historia, Grupo San Eloy ha pasado de ser una empresa familiar a ser un grupo empresarial en continuo crecimiento.

SUPERSOL SPAIN, S.L.U.
www.supersol.es

SSupersol cuenta con 196 tiendas distribuidas en las provincias de Almería, Ávila, Cáceres, Cádiz, Ceuta, Granada, Guadalajara, Huelva, Madrid, Málaga, Melilla, Sevilla y Toledo. Tiene un fuerte posicionamiento en Andalucía con un total de 145 establecimientos. En el año 2018 cerró el ejercicio con un total de 8 nuevas aperturas y 6 reformas. La cadena de supermercados apuesta por calidad en los productos frescos, ofertas diarias y buenos precios, siendo un referente para el cliente a la hora de sumar calidad y ahorro. Además es la única empresa de distribución española que ha bajado los precios (dato estudio anual de supermercados 2018).

VICENTE ALONSO S.L.
www.serodys.com

La empresa VICENTE ALONSO S.L. nace en 1974como 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.

XI JORNADAS CAEA 2019

Tendencias de futuro en gran consumo

SEVILLA, 13 y 14 de junio

CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

SABORES
DE LA PROVINCIA DE SEVILLA

www.turismosevilla.org

Turismo de la Provincia

Andalucía

Si eliges el de mi tierra,
no te equivocas

TurismoProvinciaSevilla

SevillaTurismo