

INIA

A N D A L U C Í A



CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

Nº 6 Diciembre 20



formación
acción
social
solidaridad
profesionalidad
compromiso
responsabilidad
innovación
acción social
colaboración
responsabilidad
solidaridad
formación
profesionalidad
innovación
seguridad
compromiso
responsabilidad
acción social
colaboración
solidaridad
profesionalidad
innovación
solidaridad
formación
acción social
responsabilidad

ESENCIALES

Revista informativa especializada del sector comercial en Andalucía

HECHA CON EL SOL DE ANDALUCÍA

Nueva 38º Cruzcampo
Edición Limitada Navidad

*Cerveza elaborada
con energía eléctrica
de origen solar.



Cruzcampo®

Cruzcampo recomienda el consumo responsable.



4 Editorial

El año del covid

Virginia González Lucena. *Presidenta de CAEA*

6 Opinión

Consumo en tiempos de incertidumbre

José María Bonmatí. *Director General de AECOC*

El papel de las centrales de compra en España

José María Rodríguez. *Consejero Delegado de EUROMADI*

10 Entrevista

Consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación

Rocío Ruiz

14 Reportaje

Supermercados Ruiz Galán

Raquel Ruiz Galán. *Consejera Delegada y Directora General*

20 Noticias CAEA

34 Noticias del sector

36 Tribunas de opinión

Una alianza en verde para 2021

Eugenio Molina. *Director del Área Sur de Coca-Cola European Partners*

Usa tu edificio para ahorrar energía

Miguel Ángel Pérez Chamorro. *Ingeniero Técnico Industrial, Gerente Talio*

38 Directorio empresas asociadas



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

CONSEJO EDITORIAL

Presidente de Honor

Manuel Barea

Presidenta

Virginia González Lucena

Vicepresidente

Antonio Arroyo

Vicepresidenta

Mabel Díaz

Secretario General

Sergio Cuberos

Tesorero

Jorge Romero

Director General

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



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 Zafra

PUBLICIDAD E INSCRIPCIONES SMILY

info@smily.es

El año del covid

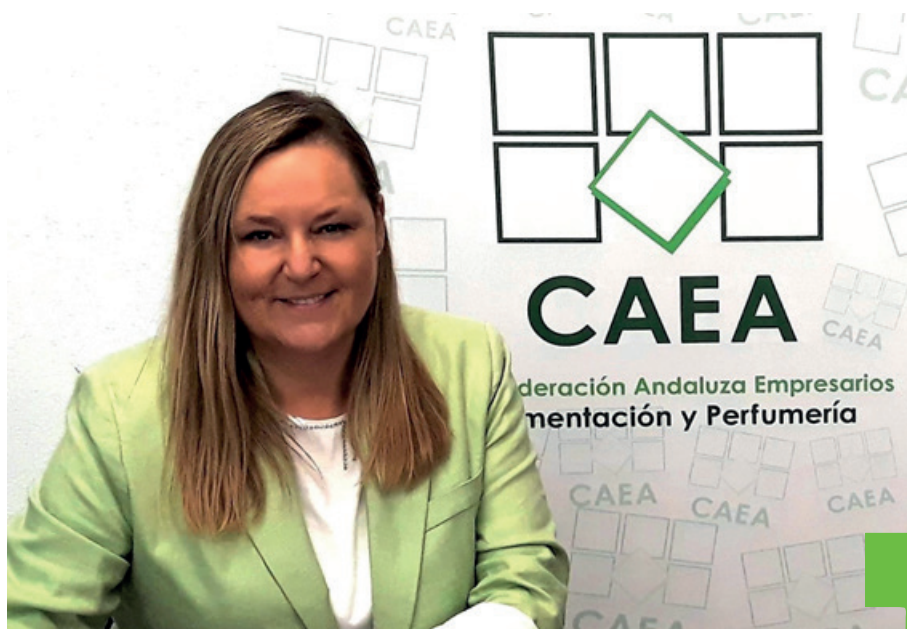
“Termina este año 2020 que nunca olvidaremos, como sector esencial y estratégico nos sentimos orgullosos de haber podido cumplir fielmente lo que se nos había encomendado”

En los libros de texto de los colegios y universidades se estudiará el 2020 como un año histórico, excepcional en casi todos los aspectos de la vida, sobre todo desde el punto de vista sanitario, económico y social. El virus del covid ha puesto “patas arriba” el mundo entero, afectando en mayor o menor medida a todos los países y territorios, desarrollados o no, sin distinción de ningún tipo.

Una cura de humildad especialmente para las sociedades avanzadas, en las que nos creemos que podemos llegar a controlarlo “casi” todo, y un virus

minúsculo nos deja en evidencia y hace tambalearse los cimientos de la humanidad.

En ese contexto cuasi apocalíptico, nuestro sector de la distribución comercial alimentaria y de productos básicos de primera necesidad puede sentirse orgulloso de haber logrado responder a los dos grandes retos que se le han planteado: garantizar el abastecimiento en unas condiciones extremas de restricciones de la movilidad, y asegurar la correcta implantación de medidas de prevención del covid en nuestros establecimientos.



La capacidad de adaptación de las empresas ha sido realmente ejemplar, para adaptarnos en cada momento a un entorno extremadamente convulso, con cambios normativos constantes de entrada en vigor inminente. Nos hemos hecho expertos en interpretar BOE's y BOJA's, especialmente prolíferos en fines de semana, dando respuesta inmediata a las exigencias normativas y también a las necesidades de los consumidores. Nuestra organización, CAEA, ha sido sin duda de gran ayuda durante estos meses, y nuestros asociados así lo han reconocido reiteradamente.



Créanme que no fue nada fácil, recordemos aquellos picos de demanda tan exagerados de los comienzos del primer estado de alarma en los que se dudó de la capacidad de respuesta por parte de la distribución comercial, pero se logró responder en tiempo récord, sometiendo a un significativo estrés a la cadena agroalimentaria, que gracias a la colaboración de todos los eslabones dio una respuesta más que satisfactoria en momentos de gran dificultad.

Valga mi reconocimiento, no sólo a los 400.000 trabajadores que posee el sector del gran consumo en toda España, sino a los 2,6 millones de empleados de toda la cadena de valor, que han dado un auténtico ejemplo de implicación, aún a riesgo de contagio.

Afortunadamente este esfuerzo ha tenido su recompensa, en primer lugar por la satisfacción del deber cumplido y, en segundo término, por el reconocimiento por parte de las Administraciones, ciudadanos y opinión pública en general, que han puesto en valor el trabajo realizado por todo el sector agroalimentario,

como se pone de manifiesto con la mención especial realizada al sector de la distribución alimentaria en el marco de los Premios Andalucía del Comercio Interior, así como con las palabras de agradecimiento a toda la cadena agroalimentaria del presidente de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Moreno Bonilla, en el acto de entrega de dichos galardones.

Termina este año 2020 que nunca olvidaremos, deseando que podamos volver a la mayor brevedad posible a la normalidad, pero a la de toda la vida. Como sector estratégico declarado esencial durante la pandemia, nos sentimos orgullosos de haber podido cumplir fielmente lo que se nos había encomendado, prestando un servicio a la sociedad y a los consumidores, que han sabido valorar en mayor medida lo que significa tener una red ejemplar de establecimientos de proximidad a escasos metros de sus casas que les provee de todo lo necesario en su vida diaria.

Virginia González Lucena
Presidenta de CAEA

Consumo en tiempos de incertidumbre



La cadena de valor del gran consumo afronta la recta final del año -un período en el que las compañías se juegan buena parte de sus ingresos anuales- en medio de una gran incertidumbre.

Si en el mes de junio el 39% de los consumidores declaraba que su situación económica había empeorado como consecuencia de la crisis sanitaria, ahora ese porcentaje asciende hasta el 49%, lo que tiene un claro impacto en las decisiones de compra. Los datos no dejan lugar a dudas. Tradicionalmente el gasto de las familias se incrementa en diciembre en torno al 20% pero, según datos de la plataforma de estudio del comprador AECOC Shopperview, este año el 70% de los consumidores declara que va a gastar menos.

Detrás de esta declaración está la falta de confianza ante un 2021 que se vislumbra bastante oscuro. Conviene recordar que el índice de Confianza del Consumidor estaba recientemente en los niveles de la crisis de 2008 y que, mientras en otros países se ha ido recuperando, en España no ha parado de caer desde marzo, con sólo un pequeño repunte durante los meses de verano.

En un contexto como éste, y aunque los establecimientos están totalmente preparados para ofrecer una experiencia de compra segura, desde AECOC prevemos un cierre de año con un claro auge del comercio electrónico, especialmente en categorías como las de bienes tecnológicos de consumo, textil...y también en el que los resultados de la alimentación estarán condicionados por las restricciones en las celebraciones y el traslado del consumo al hogar.

A pesar de la incerteza sobre el escenario real con el que nos vamos a encontrar, el 65% de los distribuidores de gran consumo se muestra optimista ante la campaña navideña y 5 de cada 10 prevé crecer el próximo año. Eso sí, 9 de cada 10 admite que en 2021 buena parte de sus ventas podría seguir procediendo de la cuota prestada del foodservice, como consecuencia de la pandemia y las restricciones sociales. Por su parte, 4 de cada 10 fabricantes cree que el sector se estancará, aunque casi la misma proporción tiene una visión optimista con respecto a 2021, según los datos de AECOC Shopperview.

No hay que olvidar que buena parte de la industria alimentaria ha acusado notablemente el cierre de la hostelería y que sus resultados del próximo año van a estar claramente condicionados por las medidas que se impongan a un sector que es claramente tractor para muchos otros negocios. Por ello, desde AECOC consideramos imprescindible apoyar con planes especiales a aquellos sectores que, como la hostelería, son claves para la economía y que se han visto especialmente perjudicados por las restricciones impuestas a raíz de la crisis sanitaria.

La evolución y resultados del próximo año estarán claramente marcados por la evolución de la pandemia y el suministro de la vacuna, pero también por las medidas económicas que se tomen y que deberían orientarse a proteger el consumo y el empleo. Es, por ello, imprescindible evitar cualquier subida impositiva que impacte directamente en el bolsillo de los consumidores porque para volver a generar empleo y que la rueda de la economía pueda seguir girando necesitamos dinamizar el consumo.

José María Bonmatí
Director General de AECOC

“La evolución y resultados del próximo año estarán claramente marcados por la evolución de la pandemia y el suministro de la vacuna, pero también por las medidas económicas que se tomen, que deberían orientarse a proteger el consumo y el empleo”



El papel de las centrales de compra en España

Para poder hablar del papel de las centrales de compra hoy, es necesario remontarnos a sus orígenes para conocer su aportación a la distribución alimentaria a lo largo de los tiempos y entender su evolución hasta como las conocemos hoy, como centrales de compra y "servicios". La verdadera

aportación de una central -como Euromadi- en la actualidad ha ido evolucionando hasta un extenso elenco de servicios que ofrece a todos sus asociados, y que por tanto influye en el panorama y configuración de la distribución, tal como la conocemos.



Las primeras centrales de compra aparecen en España durante la década de los 60 básicamente por dos motivos: por un lado, hallar una solución al suministro de los productos de una manera regular y así atender las demandas en los nuevos núcleos urbanos que se estaban desarrollando; y por otro, como respuesta a la necesidad de la incipiente industria alimentaria de mejorar la distribución de los productos en un mercado excesivamente atomizado.

El objetivo principal de estas primeras centrales de compra era el de obtener contratos de suministros regulares y a precios competitivos con los distintos fabricantes del momento. Por entonces, proliferaron con fuerza nuevas centrales de compra en nuestro país como Selex Ibérica (hoy Euromadi), Spar, Mahesa, IFA, Unagras, Centra, entre otras.

Todas aquellas centrales de compra, cuya filosofía principal era la agregación de volúmenes para la búsqueda de acuerdos con los proveedores, desempeñaron un papel fundamental en el fortalecimiento y la consolidación de las empresas regionales. Podemos afirmar que son las responsables – en el buen sentido de la palabra – de la actual estructura de la distribución española, integrada por líderes regionales que compiten con grandes compañías nacionales y multinacionales.

En la actualidad, la central tiene también un papel “facilitador” importante. Facilitamos el acceso a multitud de herramientas y servicios de ámbito nacional e internacional, a los que en ocasiones los distribuidores regionales por sí solos no les sería viable o el costo que tendrían que asumir no lo justificaría.

A nivel nacional, hoy jugamos un papel importante en las cuentas de nuestros asociados, ya que su participación en los diferentes proyectos de la central (baja y media rotación, logística,

platos preparados, marca propia, sostenibilidad, etc.) les permite incrementar su eficiencia, más allá de la simple aglutinación de volúmenes. La situación que nos dejará la crisis sanitaria que estamos viviendo desde marzo exige que nuestros negocios sean cada día más eficientes, sostenibles y estén comprometidos con la sociedad.

En la misma línea, a nivel internacional es importante tener una estructura, como la de European Marketing Distribution (EMD), dotada de los medios necesarios que permita a nuestros asociados, a través de las negociaciones y volúmenes representados (150.000 M€), poder acceder a productos de marca propia y marca fabricante en igualdad de condiciones que nuestros socios europeos.

Las centrales como Euromadi somos colaboradores necesarios de nuestros asociados en la mejora de su eficiencia, de su competitividad, del conocimiento del consumidor, y en un sinfín de aspectos, tanto en el ámbito nacional como internacional.

En un futuro cercano el mercado será cada vez más complejo, y ese papel facilitador de la central se extenderá a otros campos necesarios para coadyuvar a nuestros asociados a afrontar con éxito esa complejidad. Estamos realizando una fuerte apuesta para poner a su disposición herramientas de *big data* y digitalización, por ejemplo, que les permita conocer mejor al consumidor, comunicarse con él de manera eficaz y cubrir sus necesidades y expectativas. Todo ello revertirá en una mejor experiencia del cliente, con las consecuencias derivadas de ello para nuestros asociados.

José María Rodríguez
Consejero Delegado de EUROMADI

“Las centrales como Euromadi somos colaboradores necesarios de nuestros asociados en la mejora de su eficiencia, de su competitividad, del conocimiento del consumidor, y en un sinfín de aspectos, tanto en el ámbito nacional como internacional”

“Es fundamental la colaboración público-privada para que todos los recursos disponibles lleguen a las personas en situación de vulnerabilidad”



Rocío Ruiz
Consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación

En momentos difíciles como los que estamos atravesando, motivados por la pandemia del covid, las políticas de su Consejería relacionadas con la igualdad, las ayudas sociales, la conciliación, etc. cobran especial relevancia, ¿cómo está viviendo como máxima responsable de la Consejería una situación tan excepcional como ésta?

Al principio fue muy duro. Era una situación a la que nadie nos habíamos enfrentado y tuvimos que reaccionar muy rápido para atender a todas las personas que, de la noche a la mañana, lo perdieron todo. Algunas lo más preciado: perdieron la vida. Fue muy duro sobre todo estar al frente de la situación en las residencias, pensar en las mujeres víctimas de violencia de género que se vieron confinadas con su maltratador, ver de nuevo las colas del hambre de personas pidiendo comida... Fue y está siendo muy duro pero con trabajo, esfuerzo, creatividad y recursos y gracias al equipazo que tengo en la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación estamos conteniendo también la crisis social derivada del coronavirus.

¿Qué políticas sociales está llevando a cabo su Consejería para minimizar la grave crisis económica y social que estamos atravesando?

Desde la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación hemos movilizado más de 100 millones de euros para hacer frente a esta crisis. Pusimos en marcha del programa de

“CAEA es un ejemplo de lo que la mujer debe representar en el mundo empresarial”



tarjetas monedero por 17 millones de euros, en colaboración con Cruz Roja Española, destinado a familias afectadas por la crisis para su uso en mercados y tiendas de proximidad. Una iniciativa mediante la que ya se ha hecho entrega de más de 60.000 tarjetas a unas 20.000 familias andaluzas. Y que recientemente hemos ampliado con 5,5 millones de euros más, porque las familias lo siguen necesitando. También concedimos una ayuda excepcional por importe de un millón de euros a la Federación de Bancos de Alimentos de Andalucía para la provisión y reparto de alimentos. Y otorgamos una ayuda extraordinaria de 2,5 millones de euros para la organización de 72 escuelas de verano que han permitido dar 3 comidas diarias a más de 4.000 menores, de entre 3 y 15 años, de hogares con dificultades económicas o en exclusión social.

Hemos aumentado más del 20% las Ayudas Económicas Familiares, financiadas tanto por el Estado como por las comunidades. Creamos una de Renta Mínima de Inserción Social de Andalucía y adelantamos a las entidades locales andaluzas de los 29 millones de euros correspondientes al Fondo Social Extraordinario para la financiación de las prestaciones básicas de servicios sociales.

Hemos buscado y seguiremos buscando recursos de debajo de la piedras porque nuestro compromiso está con todas las personas que peor lo está pasando para salir de esta crisis sin dejar a nadie atrás.

La solidaridad de todos es fundamental, ciudadanos, empresas y Administraciones, la colaboración público – privada se hace más necesaria que nunca, ¿cómo valora el papel que están desarrollando las empresas en el ámbito de la responsabilidad social empresarial en el contexto actual?

Es fundamental la colaboración entre la iniciativa pública y privada para que todos los recursos disponibles puedan llegar a todas las personas en situación de vulnerabilidad sin excepción. La crisis sanitaria del coronavirus ha derivado en una crisis socioeconómica que multiplica las necesidades sociales de la población en la que se hace necesario que todos y todas trabajemos juntos porque además es lo que nos demanda la sociedad. No solo por responsabilidad social, sino por pura solidaridad y por unos principios que sé que comparte el empresariado de Andalucía y de lo que debemos estar orgullosos

HACEMOS CRECER TU EMPRESA

SOFTWARE EXCLUSIVO PARA LA DISTRIBUCIÓN

Alimentación, Perfumería,
Suministros Industriales,
Automoción,
Distribución en General



955 128 200
info@asersa.com
asersa.com

Servicios analíticos de Seguridad Alimentaria

Análisis de frutas, hortalizas, carnes y embutidos, aceites, pescados y acuicultura

Residuos de plaguicidas, micotoxinas, metales pesados

Microbiología

Nutricional y alérgenos

Coronavirus en superficies, aguas, alimentos y manipuladores (Covid-19)

Parámetros de calidad (acidez, actividad del agua, viscosidad, zumo, ratio de madurez, etc.)

OGM, determinaciones específicas, glifosato, cloratos y percloratos, fosetil aluminio, etc.

Control de proveedores de alimentos

Asesoría alimentaria

Detenciones de la FDA



atencioncliente.esp@agqlabs.com
(+34) 955 738 908
www.agqlabs.es

Entrevista

El sector de la distribución comercial de alimentación es especialmente activo en materia de acción social, donación de alimentos y lucha contra el desperdicio alimentario, inserción de personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral, la accesibilidad a las tiendas, la sostenibilidad, la reducción de emisiones, la eficiencia energética y la economía circular, etc. ¿qué opinión le merece la acción social de las empresas alimentarias?

Me consta que casi la práctica totalidad de las empresas del sector de la distribución comercial en Andalucía están comprometidas contra la pobreza y la exclusión mediante, entre otras acciones, la donación de alimentos (95%), con la aplicación de medidas laborales tendentes a la conciliación e igualdad de género (67%), o con la inserción de personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral (62%). Queda así patente cómo las empresas integrantes de CAEA, además de estar enfocadas en el crecimiento y en la transformación

de sus negocios, saben que este crecimiento pasa por un compromiso con la sociedad y apuestan claramente por acciones de responsabilidad social corporativa de distinta índole.

CAEA ha colaborado activamente con la Junta de Andalucía liderando una campaña de donación de alimentos entre sus empresas asociadas que ha logrado recoger 140.000kg de alimentos, ¿cómo valora esa campaña y el papel que lleva a cabo CAEA en ese sentido?

Siempre recordaré la llamada de la presidenta de CAEA, de Virginia, y esa frase: "consejera, ¿qué necesitas?". Y de esa llamada y de las que vinieron después surgió esa donación que ha sido importantísima y que ha contribuido a paliar la precaria situación que atraviesan muchas familias como consecuencia del coronavirus. CAEA ha sido un ejemplo, como decía antes, de solidaridad y de ayuda, siempre habéis tenido la mano tendida y eso como consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación solo lo puedo reconocer y agradecer profundamente.



La igualdad es otra de las prioridades para CAEA y, de hecho, la Junta Directiva de la Confederación cuenta con un total de 7 mujeres, con una presidenta al frente, Virginia González Lucena, ¿qué papel debe desempeñar la mujer en el mundo empresarial y cómo valora la labor que está desarrollando la presidenta de CAEA?

La CAEA es un ejemplo de lo que la mujer debe representar en el mundo empresarial. Las mujeres generalmente lideran empresas pequeñas y medianas, es decir, en el sector de las pymes y autónomos. Según datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, las mujeres representan, lideran o fundan tres de cada 10 empresas en Andalucía. Por lo tanto, la presencia de la mujer en la empresa es innegable pero a lo que debemos aspirar es a que la mujer ocupe mayores puestos directivos, ya que actualmente la media 30%. Desde la Consejería y desde el Instituto Andaluz de la Mujer apostamos por incentivar la cultura emprendedora a través de la formación desde edades tempranas, acercando la ciencia a niñas y adolescentes para evitar la pérdida de talento en las carreras pero también impulsando la conciliación y la corresponsabilidad. Desde el IAM fomentamos también la



elaboración de los planes de igualdad a través de nuestro programa Equipa y hemos firmado recientemente un convenio con el Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (CARL) en materia de formación en género con el objetivo de introducir la igualdad en la negociación colectiva. Este acuerdo va a facilitar que desde el IAM se imparta una formación especializada a las personas que conforman las Comisiones Negociadoras y Paritarias de los convenios colectivos sectoriales.

“Las empresas integrantes de CAEA saben que el crecimiento pasa por un compromiso con la sociedad y apuestan claramente por acciones de responsabilidad social corporativa”

Supermercados Ruiz Galán, un ejemplo de éxito comarcal



Raquel Ruiz Galán

consejera delegada y directora general

¿Nos puede hacer una síntesis de la trayectoria empresarial de su empresa? ¿Cómo nace Supermercados Ruiz Galán y cómo ha evolucionado durante estos años?

Empresa Familiar fundada D. Juan y D. Antonio Ruiz Galán en 1977, estando los inicios de la compañía centrados en la distribución al por mayor de bebidas, bajo las siglas de J y A Ruiz Galán. Dos jóvenes emprendedores que, gracias al bar que habían regentado, les permitió que proveedores de bebidas les dieran

la distribución en exclusiva en La Línea de la Concepción de gaseosa "la Revoltosa", Bodegas Peinado, Cervezas el Águila y la firma García Carrión, entre otras. La furgoneta de reparto y un pequeño garaje de su padre pronto se quedaron pequeñas y, a principios de los años 80, amplían sus instalaciones de la calle Cartagena hasta el camino de Torrenueva. A mediados de la década deciden integrarse en la cadena de valor y montar supermercados de proximidad, todos ellos llamados "Eco", y a cada una la fueron llamando de forma diferente...SB1, SB2, Eco Ruz, Eco Junquillo, etc. para que los clientes no los relacionaran con ellos como empresa distribuidora. A mediados de los 90, se decide diversificar y desarrollar otras líneas de negocio y comienza su expansión por distintos municipios de la comarca. En los primeros años se montaron 4 tiendas de proximidad y el almacén central, con venta al por mayor de todo tipo de artículos de alimentación, bebidas, droguería y perfumería.

Hasta el año 2000, las carnicerías y fruterías se encontraban arrendadas y la gestión de refrigerados y congelados dependía del servicio directo de proveedores externos, por lo que no disponíamos de marca de distribuidor en estas familias de productos, que estaban al alza en la cesta de la compra de las familias españolas. En estos años tan duros para el negocio, con una crisis internacional y numerosas firmas comerciales instalándose a las puertas de nuestros supermercados, se hizo imprescindible un cambio de rumbo,

surgiendo la idea de la diferenciación en frescos y la gestión directa de los mismos como apuesta de futuro, iniciándonos en 2009 con la gestión directa de la primera carnicería, la adecuación de nuestras instalaciones para la gestión directa de congelados y refrigerados para poder ofertar tanto marcas de distribuidor como de fabricante, y ampliando el surtido que podías encontrar en nuestros establecimientos.

¿Qué es hoy en día Supermercados Ruiz Galán y cuáles son sus rasgos diferenciales?

Hoy en día, somos referente en la comarca por la calidad y precios de los productos frescos, pudiéndose adquirir un amplio surtido de cárnicos de elaboración propia, carnicería y charcutería al corte, panadería tradicional, punto de pan caliente y frutas y verduras recién recolectadas, llegados a diario a cada uno de nuestros centros. Unas 4.000 referencias se encuentran en nuestros 10.000 m2 de salas de ventas, entre artículos de ultramarinos, bebidas, carnicería, charcutería, frutería, congelados, lácteos, desayunos y meriendas, droguería, bazar y perfumería, donde conviven marca propia y del fabricante. Nuestro formato comercial son supermercados de proximidad, de unos 400 metros cuadrados de sala de ventas, 27 establecimientos donde nuestros clientes encuentran todo lo que necesitan para llenar su compra, cerca de su casa y al mejor precio.

Nuestro principal aliado es Euromadi Ibérica, S.A, central de Servicios a la que pertenecemos a nivel nacional, que a su vez es miembro de EMD (European Marketing Distribution), la mayor central de productos de consumo en Europa, lo que nos permite alcanzar economías de escala, más rentabilidad y mayor potencial de negocio, además de establecer sinergias entre fabricantes y distribuidores. En 1996

fundamos, junto con otros 9 miembros de Euromadi, Unión Alimentaria Andaluza. Durante más de veinte años fue referente de modelo asociativo de distribuidores que, por volumen o tamaño, no podíamos alcanzar niveles óptimos de rentabilidad. Durante estos años la empresa tuvo cimientos fuertes en los que apoyarse para su crecimiento y su localización en Andalucía de cara a fabricantes y distribuidores.

Nuestras marcas, Alteza en alimentación, Selex en droguería, Centra line y Crowe en cosmética e higiene personal, Pasitos para productos infantiles, Tandy para la alimentación de mascotas, Rikissimo en platos preparados y Deletium como marca premium, pueden encontrarlas en nuestros establecimientos, gracias a una estrategia de marca múltiple. Euromadi, encargada del desarrollo de las marcas propias, abarca el ciclo completo del producto, desde la definición, control de calidad, diseño, presentación, selección de fabricantes y logística de suministro.

Proveedores regionales y comarcales de productos cárnicos, agrícolas, embutidos, panaderías y pastelería tradicionales nos sirven en nuestras tiendas y ello nos permite ofrecer un surtido diferenciado al de la competencia.

¿En qué se basa su crecimiento y su política de recursos humanos?

Nuestro crecimiento, aun siendo empresa familiar, se debe, entre otras cosas, a un gran esfuerzo y trabajo en equipo. Tenemos la suerte de contar con grandes profesionales que llevan muchos años en la empresa, "somos una gran familia con distintos apellidos". La promoción interna es la forma habitual de ocupar los puestos de mayor responsabilidad y remuneración, desde el personal de tiendas hasta los supervisores de

“Nuestro formato comercial son supermercados de proximidad, de unos 400 metros cuadrados de sala de ventas, 27 establecimientos donde nuestros clientes encuentran todo lo que necesitan, cerca de su casa y al mejor precio”

“Nuestro crecimiento, aun siendo empresa familiar, se debe, entre otras cosas, a un gran esfuerzo y trabajo en equipo, más de 350 personas forman parte de esta gran familia”

zona. La formación del personal es clave para que tengamos los mejores dependientes para nuestros clientes, para que puedan promocionar y puedan desarrollarse profesionalmente en la empresa. Los dependientes son la cara visible de la empresa, son el nivel más básico en cuanto a formación, sólo se requiere titulación de enseñanza secundaria obligatoria o similar. En esta compañía lo que más se valora



es que el trabajador tenga iniciativa, ganas de mejorar, de superarse; nuestro lema, “quien quiere, puede. Nosotros ponemos los medios”. Más de 350 personas forman parte de esta gran familia, donde alrededor del 78% de los trabajadores son indefinidos. El 57% son mujeres, de 38 años de media de edad.

Es difícil la conciliación familiar cuando se trabaja a jornada completa y a turno partido mañana y tarde, horario comercial en la mayor parte de las categorías profesionales. La media jornada laboral está contemplada como puesto de trabajo en distintas secciones, principalmente se destina

al personal que lo requiere para el cuidado de los hijos menores a su cargo o ascendientes. Es un sector con mucha rotación de personal, sobre todo en los puestos de reponedores y cajeros. Disponemos de un sistema de retribución para el personal de tienda variable, una parte fija establecida por convenio colectivo, y otra variable por cumplimiento de objetivos de rentabilidad y facturación. Otros beneficios sociales, promociones y descuentos con otros establecimientos, bonificación en el seguro colectivo de salud privado, acciones promocionales en tiendas con premios para el equipo, incentivos para responsables, entre otros, se vienen realizando para mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores, para que perciban su mayor contribución a la buena marcha del negocio, potenciar el trabajo en equipo y dar el mejor servicio a nuestros clientes.

Su historia personal y profesional hasta llegar a su puesto actual también es muy resaltable, ¿cómo la ha vivido en primera persona?

La tienda forma parte de los grandes recuerdos de mi infancia. Mi madre y mi tía trabajaban en la primera tienda de barrio que se abrió cerquita de nuestra vivienda habitual, así que mis primos y yo pasamos mucho tiempo allí. Como niña inquieta, me dedicaba a embolsar las compras a las clientas y cuando fui creciendo los sábados por las mañanas y algún que otro verano, me iba a ayudar a la tienda, así que nací y crecí en este mundo. En el año 2000 cuando acabé mis estudios de Económicas y Empresariales, empecé a trabajar para la empresa, de la mano de uno de mis supervisores. Mis inicios en esta etapa fueron de supervisora de tiendas; contrataciones, despidos y organización de equipos fueron las primeras decisiones importantes, hasta que me hice cargo del personal en sentido más amplio, dando contenido a un departamento recién creado en la compañía.

Los primeros años fueron complicados ya que, cuando una acaba los estudios, quiere llevar a la empresa todo lo aprendido, decisiones de hoy quieres que estuvieran hechas desde ayer, con la fuerza y el empuje de la edad y también con la inexperiencia, y chocas de lleno con la realidad empresarial, con la disparidad de criterios con la dirección. Por aquel entonces, mi padre me animó a participar de una recién creada asociación de empresarios en La Línea, todos jóvenes emprendedores y miembros de segunda generación de empresas consolidadas; aquel foro de encuentro empresarial me ayudó a madurar, a profundizar en la idiosincrasia de la familia empresaria, a la importancia de las organizaciones empresariales para el beneficio de la colectividad y a la participación activa en política local, donde forme parte del equipo de Gobierno del Ayuntamiento de La Línea de La Concepción durante dos legislaturas, del 2003 al 2011, siempre trabajando en la empresa familiar y compaginándolo con delegaciones municipales de Comercio, Participación Ciudadana o Personal.

Años de gran experiencia, tanto personal como profesionalmente, en los que contraje matrimonio y nacieron mis tres hijos. Desde 2009 hemos evolucionando según lo ha hecho el mercado, siempre transmitiendo nuestros valores, nuestra esencia, de tienda de barrio, la de toda la vida, aunque sin un rumbo predeterminado, sin medir el ritmo de crecimiento y asumiendo mucho riesgo; aperturas, ampliaciones y reformas de nuestras tiendas existentes, adecuándolas a las nuevas necesidades de los clientes, mejoras en iluminación e implantación de sistemas de ahorro energético, cambio de gases fluorados, salas de elaboración propia, almacenamiento y servicio de frutas y verduras diferenciado, y siempre mejorando las condiciones de trabajo de nuestro equipo humano.

Cuando te sientas a poner en orden todas estas acciones y planificarlas en tiempo y forma cara al futuro, en 2019, realizando el plan estratégico de la compañía para los próximos cinco años, me di cuenta que necesitaba transmitir mejor la filosofía de la compañía, de ahí surge la idea de cambiar la imagen de marca y crear un logotipo que nos identifique, donde se sientan representados los clientes, los empleados, los proveedores y la propiedad. Nueva imagen, pero con los mismos principios, valores y objetivos que han acompañado a esta familia durante más de 40 años.

¿Qué papel desempeña la familia en la empresa? ¿tienen pactado protocolo familiar?

Desde los inicios de la compañía siempre han trabajado familiares y la idea de la primera generación siempre fue que los mejores puestos fueran ocupados por miembros de la familia, se intentó adaptar los puestos a las personas hasta que se demostró que esta estrategia no era viable. Los puestos de mayor responsabilidad fueron dados a personal de confianza, profesionales sobradamente preparados que han ido y siguen de la mano de la dirección actual. A la familia en la empresa hay que darle el mismo tratamiento que al resto del equipo humano, mismos derechos y deberes, y siempre han de ser los primeros en dar ejemplo. Si queremos seguir siendo una gran familia, ese espíritu de familia empresaria debe seguir transmitiéndose día a día a todo el personal que va incorporándose a la compañía.

En 2017, se firma el Protocolo Familiar por todos los miembros de la familia y se cambia la estructura de Gobierno, a Consejo de Administración, formado por cuatro componentes, los socios fundadores y los primogénitos de cada rama familiar. Aunque tácitamente estaba llamada a ocupar la Dirección General y llevaba años ejerciendo



como tal, no es hasta ese momento cuando se produce mi nombramiento como consejera delegada y directora general. Con ello se deja plasmada la voluntad de los socios fundadores de cómo debemos seguir trabajando, para que familia y empresa vayamos de la mano. Para mí fue y sigue siendo un gran orgullo liderar nuestro proyecto empresarial con el apoyo unánime de las dos familias.

la gran crisis sanitaria y económica por la que atravesamos y lo que nos viene, se presentan varios años de mucha competencia en el sector, con una mayor agresividad en precios, volverá a tomar más protagonismo la marca del distribuidor y aumentar el ticket de compra de nuestros clientes será estrategia común. Diferenciarse seguirá siendo fundamental, en un modelo de negocio dónde está casi todo inventado.



El impulso a la omnicanalidad está en nuestra lista de tareas. Con el lanzamiento este mes de la tienda online Supermercados Ruiz Galán está en tu hogar, compras desde casa en tu tienda virtual, con opciones de servicio a domicilio y servicio de “pide y recoge”, donde los frescos tienen gran protagonismo, pudiendo elegir desde casa cómo quieres que te preparemos los artículos más frescos del mercado. Nuestro sector es un sector muy dinámico, estamos continuamente adaptando nuestras tiendas, estructuras y surtidos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, continuas inversiones donde empresas familiares como la nuestra, cuando adquieren un determinado tamaño y dejamos de ser pymes, nos encontramos sin ningún tipo de ayudas por parte de la administración para la modernización de nuestros establecimientos.

¿Qué momento atraviesa el sector en la actualidad? ¿Cuáles son sus principales retos y objetivos? ¿Y sus principales obstáculos?

Estamos viendo cómo se producen concentraciones en el sector para aprovechar economías de escala y tener presencia en el mercado con los distintos formatos comerciales con los que se puede operar, sabiendo que pasamos por una etapa de declive de los grandes hipermercados en beneficio del comercio de proximidad, todos los grandes distribuidores buscan tener presencia en nuestro nicho de mercado, por lo que, si sumamos

Las Administraciones, ciudadanos y opinión pública en general han valorado muy positivamente el papel del sector durante la pandemia, ¿será un orgullo y una satisfacción poder desempeñar esta labor como sector estratégico y esencial?

Para mí ha sido una gran satisfacción ver el grado de implicación en los momentos más complicados, la capacidad de reacción y adaptación de los trabajadores a las circunstancias cambiantes, en esos momentos

de pánico colectivo por miedo al desabastecimiento, y ante la incertidumbre de todo lo que nos rodeaba con el recién declarado estado de alarma y el peligro para la salud de un virus desconocido.

El sector ha demostrado y superado con nota el gran reto que se planteaba en marzo. La inversión de las compañías en los supermercados de proximidad, en llegar a las poblaciones rurales, tiene un valor adicional y se demuestra en ese momento en que todo lo que necesitas para llenar tu despensa lo encuentras al lado de casa. Asegurar el abastecimiento a la población y el buen servicio al cliente fue y sigue siendo nuestra prioridad.

¿Qué papel ocupa la responsabilidad social empresarial en su empresa en este contexto de crisis como el que atravesamos?

La solidaridad es uno de los pilares que sostiene el día a día de la familia Ruiz Galán. Este año, tan duro para todos, hemos reforzado nuestras acciones de responsabilidad social corporativa, colaborando con numerosos colectivos a través de donaciones y entrega de alimentos a los más necesitados. También hemos colaborado en recogida de alimentos en tiendas y facilitamos a las distintas organizaciones sin ánimo de lucro la preparación y entrega de alimentación seca y frescos según sus necesidades, con una tarifa especial para esos colectivos.

Nuestro compromiso con la sociedad nos lleva a la participación activa con asociaciones y organizaciones para la inserción laboral de jóvenes desempleados, personas con discapacidad física y orgánica y perfiles con riesgo de exclusión social, con prácticas en empresa y contrataciones directas por acuerdos con dichas entidades.

Colaboramos con los Institutos como centro formativo-empresa para la implementación de Proyectos de Formación Profesional Dual y con la Universidad, posibilitando a los jóvenes universitarios desarrollar sus conocimientos mediante prácticas curriculares y extra curriculares en la empresa.

Los proyectos sociales relacionados con el deporte, como promotores de una vida sana y valores esenciales de compromiso, esfuerzo y solidaridad, son foco de atención en nuestras acciones de responsabilidad social, con patrocinio de clubes deportivos infantiles, sobre todo en sus eventos deportivos y carreras populares benéficas, siendo patrocinadores oficiales de la escuela de la Unión Linense de Baloncesto, de su equipo principal en liga EBA, y de todas sus categorías, y de la Real Balompédica Linense club de fútbol.

¿Qué opina, qué valoración tiene de la labor que lleva a cabo CAEA en defensa de los intereses general del sector?

Soy una gran defensora del asociacionismo, por mi experiencia personal y profesional, está más que demostrado que la unión hace la fuerza. Tener una organización que nos represente ante los organismos públicos, un único canal de comunicación del sector, es fundamental, defender el interés general es la mejor herramienta para el bien de las empresas de alimentación y perfumería de manera individual. Gracias al trabajo iniciado en su día por nuestro presidente de Honor ahora, D. Manuel Barea, tenemos hoy una Confederación de empresas de reconocido prestigio en todos los niveles.

“Es fundamental tener una organización como CAEA que nos represente, un único canal de comunicación del sector que defienda el interés general como mejor herramienta para el bien de las empresas”



www.alsurvegetales.com

Sola de Antequera, S.A.

Ctra. de Córdoba-Málaga, Km. 520
Apartado de Correos 141
29200 Antequera (Málaga)

Noticias

CAEA

Onda Cero distingue a CAEA con el “Premio Andalucía Capital a la Cooperación Empresarial”

La cadena de radio Onda Cero Andalucía ha distinguido a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) con el “Premio Andalucía Capital 2020 a la Cooperación Empresarial”, por su labor y la de sus empresas asociadas en los meses de confinamiento y pandemia.

El acto de entrega de premios contó con la presencia del presidente de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Moreno Bonilla. En ese sentido, Moreno ha destacado “el importante talento” traducido “en emprendimiento, en creatividad y en proyección pública y empresarial que existe en Andalucía”, una tierra, ha aseverado, “cargada de oportunidades” y “con enormes posibilidades de presente y de futuro”, que se encuentra en una etapa de “cierta fortaleza”, pese a la pandemia.

Por su parte, la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, recogió la distinción, asegurando que constituye “una gran satisfacción y un honor tanto para CAEA como para sus empresas asociadas recibir este premio, que además de reconocer la labor del sector garantizando el abastecimiento durante la pandemia, valora también su contribución a través de la responsabilidad social empresarial para paliar los graves efectos económicos que el Covid está conllevando para muchos ciudadanos andaluces, mediante acciones solidarias y de donación de alimentos, devolviendo a la sociedad la confianza y el apoyo que le está brindando en estos difíciles momentos para todos”.



Industria y distribución destacan la fortaleza de la cadena agroalimentaria en el 8º Foro Landaluz-CAEA



Acto de apertura 8º Foro Landaluz – CAEA, de izquierda a derecha: María Jesús Catalá, directora territorial Caixabank; Álvaro Guillén, presidente de Landaluz; Virginia González Lucena, presidenta de CAEA; Vicente Pérez, secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía.

La Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz) y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) han celebrado el 8º Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, bajo el título «Perspectivas de futuro de la cadena agroalimentaria», en el que los distintos eslabones de la cadena de valor analizaron, en el contexto actual de Covid, las experiencias y tendencias de futuro que se abren en los distintos canales de gran consumo. El acto de apertura contó con la participación del presidente de Landaluz, Álvaro Guillén; la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena; la directora territorial de Caixabank, María Jesús Catalá, y el secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Vicente Pérez.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha puesto en valor que la capacidad de adaptación de las empresas ante la situación actual “ha sido ejemplar, gracias a la colaboración de toda la cadena de valor y a la implicación de los equipos humanos, y hemos aprendido a valorar en mayor medida lo que supone tener una red tan extensa de establecimientos de proximidad que nos provean a escasos metros de nuestra casa de todo lo que necesitamos en nuestra vida diaria”, concluyó la presidenta de CAEA.

En la clausura, Rogelio Velasco, consejero de la Transformación Económica, Industria, Conocimientos y Universidades de la Junta de Andalucía, señaló que “la cadena ha sacado esta situación con nota. La pandemia ha dejado patente que las empresas que habían iniciado su proceso de digitalización han afrontado mejor esta situación, pero también ha hecho que muchas empresas adopten medidas en este sentido. Es el momento de apostar por la digitalización y la innovación en nuestro tejido empresarial para mejorar su competitividad”.

CAEA incorpora dos nuevas directivas a su Junta

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha incorporado dos nuevas directivas a su Junta, María Aguilera Jiménez, directora general de Asprodibe, y Sandra García García, directora adjunta de Detallistas de Alimentación San Rafael (Grupo Alsara). Dichos nombramientos permiten sumar un total de siete mujeres en la Junta Directiva, órgano colegiado de gobierno, dirección, gestión y administración de la Confederación.

De izquierda a derecha y de arriba abajo: Virginia González Lucena, presidenta (Grupo DIAN); Mabel Díaz Orta, vicepresidenta (Cash Lepe-El Jamón); Patrocinio Contreras Márquez, vocal de Supermercados (Covirán); María del Mar Padillo Cambronero, vocal Cash & Carry (Alipensa); Raquel Ruiz Galán, vocal (Supermercados Ruiz Galán); María Aguilera Jiménez, vocal (Asprodibe); Sandra García García, vocal (Grupo Alsara).



Con las nuevas incorporaciones a la Junta Directiva, el liderazgo de la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, se ve acompañado con una elevada presencia femenina en dicha Junta. Virginia González Lucena ha declarado que constituye “un orgullo y una satisfacción verme acompañada en nuestra Junta por directivas de gran valor y profesionalidad dentro del sector, que aportan mucho talento a la Confederación. Es importante que las mujeres ocupen puestos de responsabilidad en las organizaciones y en las empresas, no por el mero hecho de ser mujer, sino por su valía, formación y trayectoria profesional, en un sector comercial especialmente intensivo en empleo femenino”.

Álvaro González Zafra, nombrado director general de CAEA

La Junta Directiva de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha aprobado por unanimidad el nombramiento de Álvaro González Zafra, hasta la fecha secretario general técnico, como director general de CAEA.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha valorado positivamente el nombramiento de Álvaro González Zafra como director general de la Confederación: "Es un avance más en la profesionalización de nuestra organización, en los cuatro años y medio que ha estado al frente de la secretaria general técnica ha demostrado su gran valía profesional, por lo que es el momento de dar un paso más y empoderarlo como director general, encomendándole la dirección, representación y funcionamiento de los servicios de la Confederación".

Álvaro González Zafra es licenciado en Derecho por la Universidad de Sevilla, especialidad Empresa, y licenciado en Comunicación, especialidad Periodismo. Máster en Dirección Comercial y Marketing Empresarial, posee formación complementaria en materia de social media y redes sociales, negociación colectiva, técnicas de gestión y dirección, etc. Su experiencia profesional ha estado vinculada a las relaciones institucionales y organizativas, la comunicación, relaciones externas y prensa. Anteriormente fue Coordinador del Departamento de Relaciones Institucionales de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), organización en la que prestó sus servicios durante 18 años.



Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

Álvaro G. Zafra



Coosur
3XTRA

ORIGEN
SABOR
CALIDAD

*Un protocolo de actuación
que garantiza el origen,
el sabor y la calidad de todos
nuestros Virgen Extra.*



*Con escala de intensidad
de sabor que facilita
la elección de compra
al consumidor.*

*Con indicación de la fecha
de envasado y reducción
de la fecha de consumo
preferente a 9 meses.*

Acesur
INNOVAMOS POR TRADICIÓN

Aceites del Sur-Coosur S.A.
C/ Pedro Teixeira, 8. 28020 Madrid.
Tel: +34 915 219 672
info@acesur.com
www.acesur.com

#CON NUESTRAS EMPRESAS

Ahora más que nunca, os apoyamos a través de más de 120 centros de empresas y 1.200 profesionales especializados, **facilitando la liquidez necesaria** con más de **25.000 millones de euros en préstamos preconcedidos** y las **nuevas líneas de financiación ICO***.

En CaixaBank vamos a seguir estando al lado de nuestros clientes y de toda la sociedad.

#CONTIGOMÁSQUENUNCA



Escuchar Hablar Hacer

Noticias

CAEA



Covirán, premiada por CAEA y Fundación "la Caixa" por su labor social

La cooperativa andaluza Covirán ha recibido el II Premio CAEA-Fundación "la Caixa" a la "Mejor Iniciativa en Responsabilidad Social Empresarial" en el sector de la distribución comercial por su proyecto "Innovación en el punto de venta: puntos de venta responsables". La distinción le fue entregada a la presidenta de Covirán, Patrocinio Contreras, en un acto celebrado en CaixaForum Sevilla en el que participaron la presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, la directora territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental y Extremadura, María Jesús Catalá, y la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, Rocío Ruiz.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, explicó que el premio organizado conjuntamente por CAEA y Fundación "la Caixa", tiene como objeto contribuir a que se visualicen públicamente las buenas prácticas en el sector comercial, que son múltiples y variadas. "Somos una organización implicada con una serie de valores, que tiene entre sus prioridades la colaboración con la sociedad y el bienestar de los ciudadanos a través de las acciones de responsabilidad social empresarial. Felicito a Covirán por su participación en la campaña y también por el premio, merecido sin duda por su gran labor social", aseguró González Lucena.

La presidenta de Covirán, Patrocinio Contreras subrayó que ha recibido el galardón en nombre de los más de 2.427 socios de la Cooperativa, mil de los cuales se encuentran en Andalucía, y declaró que "los puntos de venta responsables Covirán materializan la apuesta de la Cooperativa de origen andaluz por la responsabilidad social y la sostenibilidad y reierten en su entorno más próximo los beneficios asociados a su modelo cooperativo, algo que el cliente valora cada vez más, especialmente en estos difíciles momentos y premia con su fidelidad".



De izquierda a derecha: Virginia González Lucena, presidenta de CAEA; Patrocinio Contreras, presidenta de Coviran; Rocío Ruiz, consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación; María Jesús Catalá, directora territorial CaixaBank en Andalucía Occidental y Extremadura.

*La concesión de las operaciones está sujeta al análisis de la solvencia y de la capacidad de devolución de los solicitantes, en función de las políticas de riesgo de la entidad. Información válida hasta el agotamiento de los fondos para ICO COVID-19. NRI: 3361-2020/09681.

PROMOCIONES EN MARCHA

SEVILLA



Plaza Nervión 2.0



Mascareta Plaza (Tomares)



Corner Plaza



Jardínillo Plaza (Mairena del Aljarafe)



R3 Residencial Plaza (Tomares)



Ciudad Jardín Plaza

MÁLAGA



La Cala Plaza



Mares de Benajárf 2

GRANADA



Universidad Plaza



CÁDIZ



Bodega Plaza (Conil)

Sevilla
Avenida de la Constitución, nº 7.
CP 41004 Sevilla
954 221 058

Málaga
Calle Strachan, 14. Planta 1ª.
29015 Málaga
952 639 822

Granada
Calle Sta Clotilde
(junto a Peugeot)
958 286 671

info@grupopromar.com

De nuestras granjas
seleccionadas



El gran consumo analiza los retos para las empresas en un entorno incierto

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha celebrado un Encuentro Telemático bajo el título "Presente y futuro del gran consumo en tiempos de coronavirus", que ha contado con la participación de los máximos representantes de las organizaciones empresariales CAEA, ASEDAS y AECOC. Precio, proximidad, confianza, seguridad y e-commerce, se presentan como claves del futuro inmediato del gran consumo en un contexto empresarial de máxima competencia y, a la vez, marcado por la incertidumbre.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha felicitado al sector de la distribución comercial y a toda la cadena de valor por la labor que viene desempeñando, y ha asegurado que ante la elevada incertidumbre existente, "será determinante la capacidad de adaptación de nuestras empresas en un contexto de máxima competencia, atendiendo especialmente a los factores clave del precio, la proximidad, la confianza y la seguridad para los consumidores", indicó González Lucena.

Por su parte, el presidente de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), Antonio Garrigues, hizo hincapié en la importancia de la RSE que "hay que asumir de manera natural, sincera y profunda, porque colaborar es la única manera de sobrevivir. También hay que ejercerla desde la idea de la solidaridad. Y creo que la distribución alimentaria ha demostrado muchas veces que ese concepto lo domina".



De izquierda a derecha: Álvaro González Zafra, director general de CAEA; Manuel Barea, presidente de Honor de CAEA; Virginia González Lucena, presidenta de CAEA; Jorge Romero, tesorero de CAEA.



Puedes acceder al video: <https://youtu.be/Qtr7k4GIGBg>

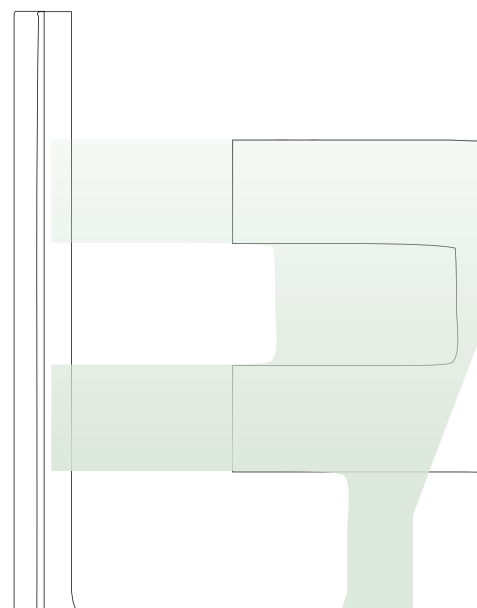


De izquierda a derecha:
Virginia González Lucena,
presidenta de CAEA; Antonio
Garrigues Walker, presidente de
ASEDAS; José María Bonmatí,
director general de AECOC; Ignacio
García Magarzo, director general
de ASEDAS.

El director general de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), José María Bonmatí, resaltó que nueva realidad “lleva acompañada cambios en el comportamiento del consumidor y en sus tendencias de consumo. En el nuevo escenario el consumidor busca, sobre todo, una experiencia de compra segura -en lo que al establecimiento se refiere-, pero también crece el interés por una alimentación más saludable, con productos que le ayuden a llevar una dieta equilibrada y cuidar y fortalecer su sistema inmunológico. Por otra parte, el e-commerce ha doblado su penetración en alimentación, creciendo en un año lo que se preveía para los próximos cuatro. Es evidente, por tanto, que se trata de un tema prioritario que está llevando a que las empresas revisen sus estrategias en busca de un modelo que satisfaga a los clientes y que sea rentable y escalable”, concluyó Bonmatí.

Por último, el director general de ASEDAS, Ignacio García Magarzo, dijo que “nuestras empresas están sabiendo responder al mayor desafío que hemos tenido nunca, garantizar el abastecimiento de la población. Nuestros empresarios, junto con los empleados de los supermercados, asumieron el compromiso a pesar de las muchas dificultades y han demostrado la solidez del modelo español de distribución”. Además, expresó la necesidad de “transmitir confianza a los ciudadanos” y advirtió del peligro de crear nuevos impuestos o aumentar los existentes porque “son lo contrario de lo que necesitamos para animar a la recuperación que tiene que basarse, entre otras cosas, en el crecimiento del consumo interno”.

El encuentro se ha desarrollado con la colaboración de las entidades colaboradoras de CAEA: Obra Social “la Caixa”, Persán, Covap, Heineken, Coca Cola, Acesur, Asersa, Instituto Español, Agerul, Alsur, Don Pedro, Still, Talio, AGQ y Citelia-Futura.



Las empresas de CAEA donan 140.000 kg de alimentos a familias andaluzas vulnerables

“Queremos poner nuestro granito de arena para minimizar el impacto económico de la crisis en las familias andaluzas”

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha desarrollado una campaña de donación de 140.000 kilos de alimentos y productos básicos de primera necesidad para paliar los efectos negativos que la pandemia del Covid-19 está causando en muchas familias andaluzas vulnerables desde el punto de vista económico. La iniciativa solidaria, a la que se han adherido 14 empresas asociadas, fue canalizada a través de entidades sociales en las ocho provincias de Andalucía. En el acto de presentación de dicha campaña de donación han participado la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía, Rocío Ruiz, el secretario general de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Luis Fernández Palacios, el vicepresidente de la Mesa del Tercer Sector, Armando Rotea Molero, la presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, así como representantes de las empresas del sector de la distribución comercial participantes en la campaña.

“Queremos también poner nuestro granito de arena para minimizar el impacto económico de la crisis en las familias andaluzas, CAEA es una organización comprometida con una serie de valores, que tiene entre sus prioridades la colaboración con la sociedad a través de las acciones de responsabilidad social empresarial, cooperación y solidaridad imprescindibles en los difíciles momentos que atravesamos”, expresó Virginia González Lucena, presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).





Por su parte, la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía, Rocío Ruiz, ha destacado el ejemplo de “colaboración público – privada mostrado con esta campaña, así como la gran generosidad de CAEA y sus empresas para sumar en momentos de máxima dificultad, en los que resaltan las personas por encima de todo, los voluntarios y las entidades sociales, así como también los héroes y heroínas de los supermercados y los sanitarios, que se han jugado la vida por los demás”.

Las 14 empresas asociadas que participan activamente en la donación de alimentos en el marco de esta campaña conjunta impulsada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) son: Euromadi, Mercadona, Grupo Dian, MasyMas, Alsara, Coviran, GM Food, Maskom, El Jamón, Supermercados Ruiz Galán, Grupo Barea, Supermercados Piedra Trujillo, Confisur y Grupo Cardoso (Aromas).



Puedes acceder al video: <https://youtu.be/M8nZJyO-9d4>



**INSTITUTO
ESPAÑOL**

Desde 1903

“de familia a familia”

www.institutoespanol.com



Noticias

CAEA

Convenios Firmados

STILL y CAEA promueven la implantación de soluciones de intralogística inteligente

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y STILL han firmado un convenio de colaboración para impulsar soluciones de intralogística inteligentes y personalizadas en las empresas asociadas a la Confederación y, en general, en el sector de la distribución comercial.

El acuerdo, firmado por la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el director de la Delegación en Sevilla y Huelva de STILL, Rafael Colmenarejo, conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y personalizadas por parte de STILL en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación.

STILL es una empresa líder en su sector con más de 100 años de historia, que ofrece servicios integrales de intralogística y emplea a 9.000 personas cualificados de Investigación y Desarrollo, Producción, Marketing y Servicio de Venta y Posventa que se esfuerzan al máximo cada día para cumplir todos y cada uno de los requisitos de sus clientes en todo el mundo.

Asimismo, en virtud del acuerdo de colaboración firmado, STILL se incorpora como entidad colaboradora miembro de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).



Talio y CAEA impulsan la eficiencia energética y la movilidad sostenible

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y Talio Ingeniería S.A. han firmado un convenio de colaboración para impulsar la eficiencia energética, las energías renovables y la movilidad sostenible en las empresas asociadas y, en general, en el sector de la distribución comercial.

El acuerdo, firmado por la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el socio fundador de Talio Ingeniería, S.A., Cristóbal Jiménez Ramírez, conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y ventajosas por parte de Talio en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación.

En este sentido, Talio llevará a cabo, a coste cero, estudios de viabilidad para la instalación de plantas fotovoltaicas de autoconsumo, así como estudios básicos iniciales sobre medidas de ahorro y eficiencia energética.

Talio Ingeniería, S.A. es una empresa con más de 20 años de experiencia en proyectos industriales en todos los ámbitos de la ingeniería.

- Gestión Industrial de Proyectos Industriales.
- Diseño de Procesos Productivos.
- Proyectos de construcciones de Edificios Industriales.
- Instalaciones Industriales, AT y BT.
- Instalaciones Fotovoltáicas para Autoconsumo y Generación.
- Instalaciones de Recarga de Vehículos Eléctricos.
- Automatización de Procesos.
- Legalizaciones ante las Administraciones.
- Gestión y Tramitación de Subvenciones.
- Auditorias y Certificados Energéticos.
- Planes de Ahorro y Optimización de Contrataciones Eléctricas.

Asimismo, en virtud del acuerdo de colaboración firmado, Talio Ingeniería, S.A. se incorpora como entidad colaboradora miembro de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).



SMILY y CAEA impulsan el mix de la comunicación en el sector comercial

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y SMILY han firmado un convenio de colaboración para impulsar soluciones de comunicación, marketing, publicidad y relaciones públicas en las empresas asociadas a la Confederación y, en general, en el sector de la distribución comercial.

El acuerdo, firmado por la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el director de SMILY, Javier Ruz Oraá, conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y personalizadas por parte de SMILY en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación.

SMILY es una empresa que ofrece servicios integrales en el ámbito de la comunicación, el marketing, las relaciones públicas, la publicidad y organización de eventos, aportando soluciones personalizadas a sus clientes.

Asimismo, en virtud del acuerdo de colaboración firmado, SMILY se incorpora como socio colaborador de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).



weltec

puertas automáticas

Weltec brinda un servicio especializado en **sanidad y laboratorio, hostelería, grandes superficies y transporte**, ofreciendo productos de alta calidad y una amplia experiencia.



puertas automáticas
cierres enrollables
control de accesos
servicio de mantenimiento
servicio postventa

955 380 844
info@weltecsd.com

Polígono Industrial Parsi
Calle Parsi 6, Nave 19
41016 Sevilla

Mención especial a la distribución alimentaria por la labor durante la pandemia

El jurado de la VI edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior ha tenido una "mención especial" a las empresas y trabajadores del sector de la distribución alimentaria por la labor realizada durante el estado de alarma y la pandemia.

Asimismo, el presidente de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Moreno Bonilla, tuvo también unas palabras de agradecimiento y felicitación a toda la cadena agroalimentaria por esta labor desarrollada en los últimos meses.



Mención especial del jurado

Empresas y personas trabajadoras del sector de la distribución alimentaria por la labor realizada durante el estado de alarma declarado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo



¡Emocionantemente dinámicos!

Los recoge pedidos horizontales STILL OPX

Nueve modelos, un objetivo: un picking eficiente, cómodo y de alta velocidad. Descubra la excepcional gama variantes del recoge pedidos STILL OPX, y disfrute de las máximas prestaciones en cada aplicación.

www.still.es/opx

STILL S.A.U.
Ctra. Sevilla-Málaga, km. 4
41500 Alcalá de Guadaira

Tel +34 955 630 631
www.still.es



Puedes acceder al video: <https://youtu.be/YjA-YDQwV5k>

La Junta crea las Mesas por el Comercio Seguro y de impulso al Comercio Rural

La Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía ha puesto en marcha en los últimos meses dos mesas de trabajo de gran importancia para el sector, en las que participa activamente la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

Por una parte, la Mesa por el Comercio Seguro, que se constituyó el pasado 18 de septiembre, y en la que participan la Junta de Andalucía (Comercio, Consumo, Justicia y Administración Local, Administración Pública e Interior); la Delegación del Gobierno; la FAMP; el sector empresarial (CEA y CAEA); los sindicatos (UGT y CCOO); la Fiscalía y el Poder Judicial.

El objetivo de dicha Mesa es luchar contra los delitos de seguridad en el sector, especialmente hurtos y robos multi reincidentes, y contra la actividad ilegal que genera competencia desleal.



Por otra, la Mesa de impulso al Comercio Rural, con el fin de fomentar el comercio de proximidad en las zonas rurales, mejorar sus condiciones y su competitividad, así como favorecer el emprendimiento y su transformación digital. En la misma están representados la Junta de Andalucía, a través de siete consejerías, el sector empresarial (CEA y CAEA), el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio y la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP). También forman parte la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía, la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, asociaciones de consumidores (FACUA y Federación Al-Andalus), así como los sindicatos más representativos de la comunidad (CCOO y UGT).

Destacar que la distribución moderna organizada que CAEA representa da cobertura, a través de sus 4.330 supermercados, al 98,6% de la población andaluza, en el 80% de los municipios andaluces, un tercio de los cuales poseen menos de 10.000 habitantes.



“Nosotros, con nuestro esfuerzo, podemos ser un agente del cambio para la sociedad y un ejemplo de cómo tienen que ser las empresas sostenibles del futuro, ¿Por qué no intentarlo?”

Una alianza en verde para 2021

Dejamos atrás un año 2020 que marcará nuestras vidas. La tragedia del coronavirus nos está obligando a repensar el futuro del mundo en el que viviremos cuando la pesadilla del Covid-19 sea ya sólo un mal sueño. Hemos empezado a discutir, entre otras cuestiones, sobre cómo será el sistema sanitario y el educativo que legaremos a las próximas generaciones, qué impacto tendrá la irrupción de la inteligencia artificial y la robotización en el mercado de trabajo de nuestras sociedades o, por ejemplo, sobre cómo afrontaremos los nuevos retos de una globalización marcada por la hegemonía de las grandes plataformas tecnológicas. Pero si hay un asunto sobre el que ya se ha impuesto un consenso casi universal es el de la lucha contra el cambio climático.

El objetivo es enormemente ambicioso. Y en él, compañías como Coca-Cola European Partners y como las empresas del sector de la distribución alimentaria agrupadas en CAEA tenemos muchísimo que decir, pues llevamos años anticipándonos a este desafío con la implantación en nuestros centros de producción y logísticos y en nuestros puntos de venta de estrategias de sostenibilidad que nacen de la convicción profunda de que nuestro compromiso con la comunidad debe pasar, siempre y sin excusa alguna, por el respeto del medio ambiente y por la conservación de la naturaleza.

En Coca-Cola European Partners, por ejemplo, lo demostramos en el día a día con políticas de sostenibilidad que se traducen en estrategias de economía circular como las centradas en el uso de envases reciclables o reutilizables o en el ahorro en el

consumo del agua que usamos para la elaboración de nuestros productos. Y, como nosotros, cualquiera de las cadenas de distribución alimentaria de Andalucía podría llenar páginas y páginas de medios de comunicación contando, con hechos, con obras y con acciones, cómo se están volcando para ser cada vez más proactivas y más responsables a la hora de contribuir en favor de una sociedad más saludable y más respetuosa con su entorno.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS) para esta década nos marcan el camino para seguir luchando en favor de un mundo capaz de seguir conservando el medio ambiente al igual que lo ha hecho la Unión Europea con su apuesta por una recuperación en verde del continente tras la irrupción de la pandemia de la Covid-19. Pero nuestro compromiso no puede quedarse en el mero cumplimiento de las directrices que vengan marcadas desde las diferentes Administraciones. Tenemos que dar un paso adelante y reivindicar que este compromiso medioambiental no sólo es una seña de identidad de nuestras compañías, sino también una declaración de intenciones: la de que nuestras empresas quieren seguir siendo en este 2021 el vértice de una nueva alianza global y social que nos permita enfrentarnos a un cambio climático que ya nos está afectando gravemente. Nosotros, con nuestro esfuerzo, podemos ser un agente del cambio para la sociedad y un ejemplo de cómo tienen que ser las empresas sostenibles del futuro. ¿Por qué no intentarlo?

Eugenio Molina
Director del Área Sur
de Coca-Cola European Partners

Usa tu edificio para ahorrar energía



¿Sabías que tu edificio puede ayudarte a reducir tu consumo energético? Algunas empresas andaluzas, como Talio Ingeniería, ya han puesto en marcha proyectos que aprovechan el Plan de la Junta para la Rehabilitación Energética de edificios. Este programa consiste en una serie de acciones para favorecer el ahorro energético, y de paso el económico. En concreto, este programa está destinado a la inversión en mejora de aislamientos en la envolvente de los edificios y en las mejoras de la eficiencia energética.

Para solicitar estas ayudas, debes hacerlo de forma telemática a través de la plataforma de la Agencia Andaluza de la Energía a partir del 17 de febrero de 2021, en régimen de concurrencia no competitiva. No obstante, Talio Ingeniería, como empresa especialmente dedicada a este proyecto, se compromete a realizar un estudio gratuito para los asociados de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) que estén interesados, en el cual observarían las posibilidades de ayuda, la realización del certificado energético obligatorio y el segundo certificado después de realizar las actuaciones. Con estos datos, ya se estaría en posición de saber qué cantidad de subvención que le correspondería en cada caso concreto, ajustándose a las necesidades propias de cada edificio y empresa asociada.

Para obtener más información acerca de este plan de ayudas, puedes consultarnos en mguel@talio.es o en tlf: 954835594

Miguel Ángel Pérez Chamorro
Ingeniero Técnico Industrial,
Gerente Talio

“La Junta de Andalucía ha puesto en marcha incentivos a la rehabilitación de edificios y de impulso a la eficiencia energética que pueden ser solicitados por las empresas del sector”

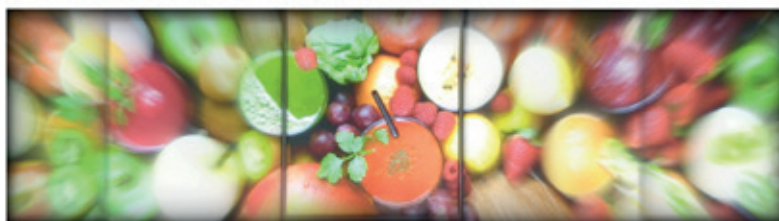


Directorio de asociados

Las empresas de CAEA poseen 4.000 establecimientos y 45.000 empleados en Andalucía

MAGNITUDES ECONÓMICAS DE CAEA

Grupos empresariales asociados	28
Establecimientos comerciales (minoristas y mayoristas)	9.000 España
	4.000 Andalucía
Facturación total	29.000 M€ España
	8.500 M€ Andalucía
Empleados	125.000 España
	45.600 Andalucía
Franquiciados o socios	5.000
Superficie comercial	4.000.000 m ²
Superficie almacén y logística	2.000.000 m ²





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.



ASPRODIBE es una sociedad cooperativa Andaluza, con cerca de 30 años de vida, integrada por 88 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.



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.



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.



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.



En 1941, don Manuel Barea Ginés dió 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.

Directorio de asociados



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 es una empresa familiar con 22 establecimientos localizados en la provincia de Sevilla.



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, 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.



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 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. 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 470 trabajadores, 9 supermercados, 2 plataformas logísticas y una facturación en 2019 de 103,9 millones de euros. Todos sus establecimientos se encuentran en Córdoba capital.



Grupo DIAN es una marca comercial, fundada en 1994, que da cobertura a empresas que tienen como objeto social la venta al por mayor de productos de gran consumo. Actualmente son 3 las empresas que operan bajo la marca comercial GRUPO DIAN: Cash Sevilla S.A., Almacenes Costasol S.A. y Cash Dian Jerez S.A. en total posee 13 establecimientos y emplea a 300 trabajadores.



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.



Supermercados el Jamón nace como una tienda familiar en Lepe en 1966. Con más de 50 años de experiencia en el sector de la alimentación ya son 217 los supermercados de esta cadena con presencia en Huelva, Sevilla, Cádiz, Málaga y Córdoba con un equipo humano de más de 2000 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.



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.



GM Food Iberica, referente en el sector de la distribución alimentaria con una facturación anual de más de 1.100 millones de euros y una plantilla de 2.500 trabajadores, es una empresa internacional propiedad de la multinacional china Bright Food. La compañía tiene seis sedes repartidas por todo el territorio español y cuenta con 72 cash&carry GMcash. También tiene la división de Food service para colectividades y la división de retail formada por clientes independientes y más de 700 establecimientos franquiciados bajo las enseñas SUMA, Proxim y Spar (Barcelona y Girona).



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.



citelia
Conéctate con nosotros



FIBRA ÓPTICA SEGURA
PARA EMPRESAS



REDES DE DATOS
Y WI-FI



CENTRALITA VIRTUAL
Y COMUNICACIONES
UNIFICADAS



TELEFONÍA MÓVIL
CORPORATIVA



VIDEOCONFERENCIA

...pide tu cita en
www.citelia.es

**AUDITORÍAS
ENERGÉTICAS
Real Decreto
56/2016**

**ASESORAMIENTO
EN LA
LICITACIÓN DE
LA COMPRA DE
LA ENERGÍA**

**MONITORIZACIÓN
DE LOS
CONSUMOS
SMAC LC – 24H**

**INSTALACIONES
AUTOCONSUMO
DE ENERGÍA
ELÉCTRICA**



**SOLICITE
INFORMACIÓN**
www.geype.com
floring@geype.com

Tl: 954 63 67 37

Directorio de asociados



Maskom Supermercados es una compañía con capital integro andaluz. Que lleva desde 1977 siendo más que un supermercado para sus clientes. Cuenta con un capital humano de 765 trabajadores, más de 50 tiendas y 3 enseñas con distintos modelos de negocio (Maskom, Maskom One y Maskompra). Desarrolla su actividad en las provincias de Málaga y Sevilla.



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 348 tiendas en Andalucía y cuenta con una plantilla de más de 18.752 trabajadores en Andalucía, todos ellos con contratos fijos.



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

Comercial 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 a través de la red de puntos de venta que tenemos distribuidos por diferentes puntos de la geografía andaluza. En términos generales 2019 ha sido un año continuista y positivo en el que se han alcanzado los objetivos propuestos de empleo, facturación, inversión y resultados. La digitalización se ha puesto a la cabeza de las nuevas estrategias comerciales de la empresa. En la actualidad todos los segmentos de clientes que atendemos cuentan con una solución digital que favorece la gestión telemática de pedidos y/o la compra online.



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 26 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

Supersol cuenta con 179 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 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.



LEGUMBRES DON PEDRO



LÍNEA ECOLÓGICA



FORMATO DOYPACK



SALUDABLES

De toda la vida.
www.legumbrespedro.com



smiley es



**Asesoramiento en marketing
y comunicación**



**Acciones promocionales
y de marketing**



Creatividad y diseño



Organización de eventos



**Campañas de publicidad
y compra de medios**



**Marketing digital:
posicionamiento, redes
sociales, programática, web**